

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS**



**TESIS**

**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS POBLADORES DE**  
**LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTIN, REGIÓN SAN**  
**MARTÍN 2018**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORES:**

**PAREDES RENGIFO, JULY MIRIAM.**

**RUIZ VASQUEZ, MARINA ELENA.**

**LIMA – 2018 – PERÚ**

### **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a Dios por darnos la vida y la oportunidad de realizar esta investigación, a nuestros hijos por su apoyo y comprensión que nos proporcionaron en el tiempo que nos tomó realizar nuestra tesis.

### **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, por darnos la oportunidad de realizar nuestros estudios, así prepararnos y superarnos para afrontar los retos diarios de la vida y ser profesionales, a la OPE Tarapoto y OPE Cajamarca por todas las facilidades brindadas para concluir de manera satisfactoria nuestros estudios.

## **PRESENTACIÓN**

El objetivo de la investigación ha sido determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

La hipótesis que hemos tratado de probar es que existe una relación estadísticamente significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

Los resultados de la investigación los presentamos en cinco capítulos.

En el capítulo I presentamos el planteamiento del problema que comprende la situación problemática, el problema de investigación, la justificación y los objetivos. En el capítulo II consideramos el marco teórico que contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y el glosario de términos.

En el capítulo III tuvimos las hipótesis y variables que contempla la hipótesis general, hipótesis específicas, identificación de variables, operacionalización de variables y la matriz de consistencia.

En el capítulo IV se consideró la metodología que comprende los tipos de investigación, diseño de investigación, unidad de análisis, población de estudio, tamaño de la muestra, selección de la muestra, técnicas de recolección de datos, procesamiento y análisis de datos.

En el capítulo V consideramos la presentación de resultados que comprende análisis e interpretación de los resultados, prueba de hipótesis y discusión de resultados.

El trabajo se completa con las conclusiones, las recomendaciones, la bibliografía y los anexos correspondientes.

Aprovechamos para agradecer a todas las personas que han contribuido en la realización de la investigación, en especial al Dr. Carlos Alberto Choquehuanca Saldarriaga por la enseñanza y apoyo incondicional en el curso de tesis.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
PRESENTACIÓN .....	iv
ÍNDICE .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación Problemática.....	1
1.2. Problema de Investigación.....	2
1.2.1. Problema General .....	2
1.2.2.Problemas Específicos.....	2
1.3. Justificación .....	2
1.3.1.Justificación Teórica.....	2
1.3.2.Justificación Práctica.....	3
1.4. Objetivos.....	3
1.4.1.Objetivo General .....	3
1.4.2.Objetivos Específicos .....	3
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	4
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	4
2.1.1. Antecedentes Internacionales .....	4
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	5
2.2. Bases Teóricas .....	8
2.3. Glosario de Términos .....	17
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	20
3.1. Hipótesis General .....	20
3.2. Hipótesis Específicas .....	20
3.3. Identificación de variables .....	20
3.4. Operacionalización de Variables .....	20
3.5. Matriz de Consistencia .....	22

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA.....	23
4.1. Tipo de Investigación .....	23
4.2. Diseño de Investigación.....	23
4.3. Unidad de Análisis .....	23
4.4. Población de Estudio .....	23
4.5. Tamaño de la muestra.....	24
4.6. Selección de la muestra .....	24
4.7. Técnicas de Recolección de datos.....	24
4.8. Procesamiento y análisis de datos.....	24
CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	25
5.1. Análisis e interpretación de resultados .....	25
5.1.1. Resultados sobre la calidad del servicio .....	25
5.1.2. Resultados sobre la satisfacción del poblador .....	38
5.2. Prueba de Hipótesis.....	51
5.2.1. Prueba de la Hipótesis específica 1 .....	51
5.2.2. Prueba de la Hipótesis Específica 2.....	52
5.2.3. Prueba de la Hipótesis Específica 3.....	54
5.2.4. Prueba de la Hipótesis General .....	55
5.3. Discusión de resultados .....	57
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES .....	59
CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES .....	60
CAPÍTULO VIII. BIBLIOGRAFÍA .....	61
CAPÍTULO IX. ANEXOS .....	64

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Resumen de la operacionalización de las variables .....	21
Tabla N° 2. Matriz de consistencia.....	22
Tabla N° 3. Distribución de la muestra.....	24
Tabla N° 4. Respuesta de los encuestados sobre las instalaciones, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.....	25
Tabla N° 5. Respuesta de los encuestados sobre el mobiliario, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	26
Tabla N° 6. Respuesta de los encuestados sobre tecnología, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	27
Tabla N° 7. Respuesta de los encuestados sobre la tangibilidad en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	28
Tabla N° 8. Respuesta de los encuestados sobre respeto a ideas propias en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	29
Tabla N° 9. Respuesta de los encuestados sobre la cortesía en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	30
Tabla N° 10. Respuesta de los encuestados sobre trato agradable en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	31
Tabla N° 11. Respuesta de los encuestados sobre la empatía en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	32
Tabla N° 12. Respuesta a los encuestados sobre el conocimiento de su labor en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	33
Tabla N° 13. Respuesta de los encuestados sobre experiencia en sus labores en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	34
Tabla N° 14. Respuesta de los encuestados sobre vocación de servicio en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	35
Tabla N° 15. Respuesta de los encuestados sobre competencias en valores absolutos, porcentuales ya acumulados .....	36
Tabla N° 16. Respuesta de los encuestados sobre la variable de calidad de servicio en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	37
Tabla N° 17. Respuesta de los encuestados sobre comprensible, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	38
Tabla N° 18. Respuesta de los encuestados sobre espacial, temporal y materialmente posible, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.....	39
Tabla N° 19. Respuesta de los encuestados sobre brinda soluciones, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	40
Tabla N° 20. Respuesta de los encuestados sobre excelencia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	41
Tabla N° 21. Respuesta de los encuestados sobre ayuda inmediata para resolver dificultades, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.....	42
Tabla N° 22. Respuesta de los encuestados sobre el indicador personal inspira confianza, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.....	43

Tabla N° 23. Respuesta de los encuestados sobre el indicador respeto a los derechos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	44
Tabla N° 24. Respuesta de los encuestados sobre la dimensión fiabilidad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	45
Tabla N° 25. Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención ordenada, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	46
Tabla N° 26. Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención sin error, en valores absolutos, porcentuales y acumulados. ....	47
Tabla N° 27. Respuesta de los encuestados sobre el indicador mecanismos de reclamos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.....	48
Tabla N° 28. Respuesta de los encuestados sobre la dimensión seguridad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	49
Tabla N° 29. Respuesta de los encuestados de la variable satisfacción del poblador, en valores absolutos, porcentuales y acumulados .....	50
Tabla N° 30. Datos sobre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores .....	51
Tabla N° 31. Pruebas Chi-cuadrado sobre tangibilidad y satisfacción de los pobladores.....	52
Tabla N° 32. Datos sobre la empatía y satisfacción de los pobladores.....	53
Tabla N° 33. Pruebas Chi - cuadrado sobre empatía y satisfacción de los pobladores .....	53
Tabla N° 34. Datos sobre la competencia y la satisfacción de los pobladores .....	54
Tabla N° 35. Pruebas Chi cuadrado sobre competencia y satisfacción de los pobladores .....	55
Tabla N° 36. Datos sobre la calidad de servicio y la satisfacción de los pobladores .....	56
Tabla N° 37. Pruebas Chi-cuadrado sobre calidad del servicio y satisfacción .....	56



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Respuesta de los encuestados en porcentajes .....	25
Gráfico N° 2. Respuesta de los encuestados sobre el mobiliario, en porcentajes.....	26
Gráfico N° 3. Respuesta de los encuestados sobre la tecnología, en porcentajes.....	27
Gráfico N° 4. Respuesta de los encuestados sobre la tangibilidad en porcentajes .....	28
Gráfico N° 5. Respuesta de los encuestados sobre respeto a ideas propias en porcentajes .....	29
Gráfico N° 6. Respuesta de los encuestados sobre cortesía, en porcentajes.....	30
Gráfico N° 7. Respuesta de los encuestados sobre trato agradable, en porcentajes .....	31
Gráfico N° 8. Respuesta de los encuestados sobre la empatía, en porcentajes.....	32
Gráfico N° 9. Respuesta de los encuestados sobre conocimiento de su labor, en porcentajes .....	33
Gráfico N° 10. Respuesta de los encuestados sobre experiencia en sus labores en porcentajes .....	34
Gráfico N° 11. Respuesta de los encuestados sobre vocación de servicio, en porcentajes .....	35
Gráfico N° 12. Respuesta de los encuestados sobre competencias en porcentajes .....	36
Gráfico N° 13. Respuesta de los encuestados sobre la variable de calidad de servicio en porcentajes .....	37
Gráfico N° 14. Respuesta de los encuestados sobre comprensible, en porcentajes.....	38
Gráfico N° 15. Respuesta de los encuestados sobre espacial, temporal y materialmente posible, en valores absolutos, porcentajes.....	39
Gráfico N° 16. Respuesta de los encuestados sobre brinda soluciones, en porcentajes .....	40
Gráfico N° 17. Respuesta de los encuestados sobre excelencia, porcentajes .....	41
Gráfico N° 18. Respuesta de los encuestados sobre ayuda inmediata para resolver dificultades, porcentajes .....	42
Gráfico N° 19. Respuesta de los encuestados sobre el indicador personal inspira confianza en porcentajes .....	43
Gráfico N° 20. Respuesta de los encuestados sobre el indicador respeto a los derechos, en porcentajes .....	44
Gráfico N° 21. Respuesta de los encuestados sobre la dimensión fiabilidad, en porcentajes .....	45
Gráfico N° 22. Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención ordenada, en porcentajes .....	46
Gráfico N° 23. Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención sin error, en porcentajes .....	47
Gráfico N° 24. Respuesta de los encuestados sobre el indicador mecanismos de reclamos, en porcentajes .....	48
Gráfico N° 25. Respuesta de los encuestados sobre la dimensión seguridad, en porcentajes .....	49
Gráfico N° 26. Respuesta de los encuestados de la variable satisfacción del poblador, en porcentajes .....	50

## **RESUMEN**

El objetivo de la investigación ha sido determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

Para procesar los datos hemos utilizado el software SPSS versión 25, con el que hicimos la base de datos, a partir de la cual obtuvimos las tablas que nos permitieron describir cada indicador, cada dimensión y cada variable, así como las relaciones entre ellas y las pruebas de hipótesis correspondientes.

La conclusión principal a que hemos arribado es que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.

Palabras clave: calidad del servicio y satisfacción.

## **ABSTRACT**

The objective of the investigation has been to determine the relationship that exists between the quality of the service and the satisfaction of the inhabitants in the Province Municipality of San Martín, San Martín Region 2018.

To process the data, we used SPSS software 25, with which we made the database, from which we obtained the tables that allowed us to describe each indicator, each dimension and each variable, as well as the relationships between them and the tests of corresponding hypotheses.

The main conclusion we have reached is that there is a significant relationship between the quality of the service and the satisfaction of the inhabitants of the Province Municipality of San Martín, San Martín Region, 2018.

Keywords: quality of service and satisfaction.

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis está referida a la Calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín; la Calidad de los servicios es subjetiva, al estar directamente relacionada con lo que el poblador percibe, es el juicio que el poblador realiza sobre la excelencia o superioridad del servicio recibido.

Por tanto, el grado de calidad de los servicios dependerá por una parte de la capacidad de la Municipalidad Provincial de San Martín, que presta el servicio por conocer y comprender las necesidades del poblador y por otra parte del esfuerzo y la eficacia con la que se lleve a cabo el proceso y es en ese esfuerzo y eficacia donde reside la calidad de los servicios. Esto que parece tan simple de exponer no es algo fácil. En muchas ocasiones en el Sistema de Gestión de Calidad la Calidad de los Servicios se relega a un segundo plano y la organización se conforma con una encuesta, y conteniendo una serie de preguntas sobre generalidades.

Lo que nos da a conocer que la calidad de los servicios pese a ser uno de los factores que más puede influir en la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín.

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Situación Problemática**

Méndez (2012) considera que “el municipio es la unidad primaria de la nación porque se encuentra más cerca del ciudadano, debiendo atender las necesidades esenciales de las comunidades” (p.13). Por ello el poblador exige respuestas solidarias contenidas en planes y proyectos de desarrollo, que le atiendan con calidad a sus necesidades. Se trata de satisfacer desde una perspectiva social requerimientos fundamentales, relacionados con los servicios sociales y el equipamiento de la infraestructura de servicios, la vialidad y la comunicación, el urbanismo, arquitectura y confort, la producción de bienes, y la creación de condiciones para que los ciudadanos se desenvuelvan con calidad y bienestar.

La calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones; por lo tanto, calidad de servicio es la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos y/o percepciones.

Esta calidad no es percibida por el poblador que asiste a la Municipalidad de San Martín, Región San Martín, no se siente bien atendido, escuchado, ni que exista preocupación por dotarlo de las necesidades básicas que competen a esta organización. La Municipalidad, no cuenta con un sistema de calidad, tampoco aplica los principios, normas y herramientas de la calidad, siendo su gestión actual, muy cuestionada por actos de corrupción y la mala prestación de los servicios públicos; todo ello conlleva a que se sienta insatisfecho con la gestión edilicia, es por todo ello que decidimos realizar la presente investigación y tener con certeza cuales son las deficiencias en la prestación de los servicios en la municipalidad Provincial de San Martín.

## **1.2. Problema de Investigación**

### **1.2.1. Problema General**

¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, región San Martín, 2018?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

1. ¿Qué relación existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, región San Martín, 2018?
2. ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, región San Martín, 2018?
3. ¿Qué relación que existe entre las competencias y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, región San Martín, 2018?

## **1.3. Justificación**

### **1.3.1. Justificación Teórica**

La presente investigación se realiza con la finalidad de conocer la relación existente entre la calidad de servicio y satisfacción a los pobladores de la Provincia de San Martín, en la región San Martín, diversos autores describen las mismas dimensiones de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; en la presente investigación buscaremos alternativas para solucionar inconvenientes que se vienen suscitando en la municipalidad provincial de San Martín, es por ello que investigamos algunas dimensiones de la calidad de servicio y satisfacción los pobladores de la provincia de San Martín.

### **1.3.2. Justificación Práctica**

Desde el punto de vista práctico, la presente investigación, adquiere mucha importancia porque persigue aportar los elementos necesarios para mejorar la gestión municipal brindando calidad de servicio así lograr una mejor imagen de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín y contar con pobladores o usuarios satisfechos con los servicios recibidos.

La presente investigación fue viable porque se contó con todos los recursos necesarios para ejecutarlo.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

1. Determinar la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.
2. Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.
3. Determinar la relación que existe entre las competencias y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

#### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

Rojas (2015), en su tesis especificó como objetivo “Desarrollar y analizar un modelo que identifique los factores de la organización que influyen en la calidad percibida y la satisfacción de los usuarios que acuden a los servicios que entrega una Municipalidad”, en una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, que aplicó a 340 usuarios, llegando a la conclusión que: Los factores que tienen mayor incidencia en la satisfacción de los usuarios del servicio municipal es el factor organizativo al que le sigue el factor humano y el del espacio físico con que cuenta la organización para la atención que brinda.

Asimismo, considera que la imagen es importante, por tanto, la municipalidad debía efectuar medidas para mejorarla, valiéndose para ello de instrumentos tecnológicos que le permitan conocer las prioridades de gasto que se espera que lleven a cabo, lo que hará que el poblador se encuentre satisfecho con su accionar y el beneficio que obtengan. Por lo que se llega finalmente a la conclusión que es necesario llevar a cabo el modelo propuesto.

Chang (2014), en su estudio, propuso “Identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos”, en una investigación descriptiva, de diseño no experimental, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento, el cuestionario que se aplicó a 170 pobladores, llegando a la conclusión que: En la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios y se genere una imagen institucional que persiga en su conjunto, crear las condiciones, que influyeran en la participación ciudadana de la región, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos Guatemaltecos.



En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda entre regular y buena; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente.

Hernández y Pérez (2013) en su artículo de investigación titulada Gestión de los Servicios Públicos Municipales: Un Análisis de la Percepción Ciudadana, se propuso “analizar las dimensiones de los servicios públicos que determinan la satisfacción ciudadana en la gestión municipal de Navolato, Sinaloa (México)”, en una investigación descriptiva, de diseño no experimental, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento, el cuestionario que se aplicó a 1216 ciudadanos escogidos al azar, siendo sus conclusiones: Que a la fecha la población exige se cumpla con proporcionarles servicios básicos en forma permanente y que ostente calidad; asimismo éstos deben ser brindados de modo eficaz y transparentando los recursos que son empleados en ellos. los servicios públicos comprenden una gran variedad, como educación, salud, recolección de basura, correos, energía, agua potable, etc., tales servicios suelen ser muy diferentes unos de otros, ya sea por su intangibilidad, precio, heterogeneidad, o por la rivalidad o grado de competencia al que se enfrentan.

La capacidad municipal debe reflejarse en un eficiente servicio al ciudadano, resolviendo con rapidez los procesos y trámites administrativos; mostrando una efectiva capacidad para captar y aplicar con eficacia los recursos destinados al desarrollo económico local”.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Calero (2016), en su tesis propuso “Demostrar que la Gestión Administrativa influye en la Calidad de los Servicios en la Municipalidad Provincial de Huaral en el año 2015”. Asimismo: conocer como el planeamiento influye en la calidad de servicios de la Municipalidad Provincial de Huaral, en una investigación de diseño no experimental y corte transversal, de utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento, el cuestionario que se aplicó a 65 trabajadores, llegando a la conclusión que:

La calidad de servicios, en toda organización es importante, porque los clientes o usuarios necesitan de todos nosotros que le brindemos buen trato y darle lo que ellos necesitan, de eso dependerá que vuelvan o en todo caso se tenga una buena imagen como institución.

Inca (2015), en su tesis propuso “determinar la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha”, en una investigación Sustantiva, de esbozo no experimental, descriptiva correlacional transaccional, utilizando la encuesta y observación mediante el empleo del cuestionario, que se aplicó a 339 usuarios, llegando a la conclusión que: Existe relación entre: la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, lo que indica, que cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor la satisfacción de los mismos, por otro lado, a una mala calidad de servicio ofrecida será menor la satisfacción de los usuarios.

Atao (2015), en su tesis propuso “determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios; es decir si la satisfacción de los usuarios de dicha Sub Gerencia, se debe al proceso y la manera de cómo se brinda la calidad de servicio”, en una investigación sustantiva descriptiva, no experimental, de tipo transaccional correlacional, utilizando la técnica de sondeo e instrumentado por cuestionario, a aplicar a 198 usuarios llegando a la conclusión que: “Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Sub Gerencia de Desarrollo Económico y Social”.

Meléndez y Oribe (2014) en su tesis propuso “determinar la relación entre la Calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de la empresa del rubro restaurantes-pollería”, en una investigación explicativa, de diseño no experimental y corte transversal, utilizando la encuesta y cuestionario aplicado en 24 pollerías, llegando a la conclusión: “Que existe una relación directa y significativa entre la calidad de atención brindada al cliente y la utilidad de la entidad del área restaurante”.

Cabanillas (2014), en su tesis señaló como meta “Proponer un plan de calidad de servicio al cliente para mejorar la imagen de la Municipalidad Distrital de Sorochuco, en el periodo 2013-2014”, en una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando la encuesta y cuestionario, aplicándolo a 67 usuarios llegando a la conclusión que: Los puntos críticos se ha identificado en este trabajo de investigación son aquellos que no se adaptan a cumplir con un servicio, eficaz, eficiente y efectivo, como es tecnología obsoleta, la falta de capacitación, falta de motivación, no existe un buzón de quejas y sugerencias, no tiene convenio interinstitucionales, ambiente inapropiado para la espera del usuario, aspecto de personal no apropiado y todos estos factores repercuten a que la Municipalidad Distrital de Sorochuco, no tenga una buena imagen al medio.

Riqueros (2017), en su tesis fijó como objetivo “determinar el grado de relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial De Huaylas, enero – abril 2017”, en una investigación Cuantitativa, descriptiva- correlacional y de corte transversal de diseño no experimental, llegando a la conclusión que: Se obtuvo el nivel relacional existente entre calidad de servicio y satisfacción de quienes utilizaron los servicios municipales en Huaylas en el periodo comprendido entre Enero-Abril 2017; existiendo una buena correlación entre ambas variables. Significa a mayores o menores cambios en la calidad de servicio, también habrá mejores o peores cambios en la satisfacción de los usuarios de dicha Municipalidad. Esta afirmación, es como resultado de la prueba de hipótesis entre ambas variables en estudio y donde el P\_ value es igual a 0,000 valor menor al del nivel de significancia al 5%; por lo que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y, por lo tanto, se debe de aceptar la hipótesis alternativa ( $H_a$ ). Lo que nos permite concluir, que efectivamente existe relación significativa directa y buena entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas.

## 2.2. Bases Teóricas

### 2.2.1. Calidad del servicio

#### **Definición**

Lovelock y Wirtz (2015), considera que calidad de servicio es “cubrir o exceder de manera consistente las expectativas de los consumidores”.

Horovitz (como se citó en López, 2005) sostiene que la calidad del servicio “es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño de la organización y sus expectativas, relacionadas con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal”.

#### **Dimensiones**

Riveros (citado por Atao, 2015) sostiene que la calidad del servicio tiene las siguientes dimensiones:

#### **Conocimiento del cliente:**

Referido al conocimiento que debe poseer el trabajador relacionado directamente con el cliente, atendiéndole en sus requerimientos. Teniendo presente que un servicio con calidad se logra si el cliente siente satisfechas las expectativas que se creó.

#### **Acceso:**

Referido a la facilidad brindada al usuario para una relación fluida con la entidad:

- La comunicación telefónica debe ser accesible.
- El tiempo de demora en fila debe ser breve.
- La atención debe ser rápida
- El horario de atención debe ser flexible
- Los lugares de atención deben estar adecuadamente ubicados, siendo fácil el ingreso.
- La dilación en recepción debe ser breve.
- Fácil comunicación por medios tecnológicos

La tecnología nos brinda nuevos medios que facilitan el contacto constante entre el usuario y la entidad. Siendo la vía telefónica una de las preferidas, la misma que debe ser breve y/o siendo plausibles de estándares como el responder antes de la tercera timbrada.

### **Comunicación:**

Se refiere a tener al cliente enterado con uso del lenguaje preciso y comprensible respecto a:

- Servicio que se brinda,
- Precio del servicio.
- Correspondencia del servicio y costo.
- Informar en tiempo y forma debida respecto a modificaciones que se lleven a cabo.

Existen una serie de recursos que posibilitan una mayor y mejor comunicación: folletos, videos, documentos, internet, publicidad, correos, otros.

Tal como se expuso anteriormente la tecnología apoya significativamente con el acceso al cliente, y la comunicación entre la organización o los distintos segmentos de mercado que le son de interés.

Es de interés obtener la fidelización del usuario o cliente, ello se logra en gran medida si se individualiza a estos; empleando a este efecto el márketing directo y la comunicación a su correo electrónico.

### **Competencia:**

Conformada por la aglutinación del conocimiento, habilidad y destreza de quienes brindan el servicio.

- Habilidad en relación directa.
- Habilidad e idoneidad en ejecución de operaciones referidas al trabajo.
- Idoneidad al contestar interrogantes, calmar inquietudes y dificultades a clientes.

La imagen positiva de una empresa se logra cuando una persona que requiere el servicio es atendida de forma adecuada y positiva.

Quienes atienden al público deben poseer ecuanimidad y equidad ante las dificultades; a cuyo efecto las entidades deben brindarles la oportunidad de aprender y facultades de decidir.

De acuerdo a Isaaki Imai “el aprendizaje debe ser sinónimo de ejecución”. Siendo los trabajadores que poseen iniciativa quienes poseen mayor probabilidad de lograr esta dimensión.

**Empatía:**

Es el ofrecimiento a los clientes de cuidado y atención individualizada. Siendo visible:

- Al ser cortés.
- Tratando al cliente con respeto y consideración.
- Brindando una atención esmerada y personalizada.
- Mostrando real Interés para resolver dificultades.
- Facultad para oír al cliente.
- Prudencia en tratamiento con cliente.
- Clima amistoso en contacto personal.

Esta dimensión permitirá al cliente conocer la amabilidad, actitud de servicio esmerado y consideración.

**Credibilidad:**

Es cuando el cliente o usuario cree o respalda la imagen institucional. Se relaciona con:

- Prestigio de la entidad.
- Relación adecuada con el cliente mediante apoyo operacional.
- Corrección de fallas
- Servicio desinteresado en la organización.
- Honestidad en general.

**Fiabilidad:**

Es cuando se presta el servicio en forma adecuada desde su inicio, de modo confiable mediante:

- Exactitud en cobranza.
- El servicio se brinda en el tiempo señalado.
- La información que se posee del usuario es verídica
- El servicio se brinda tal y como se ofreció
- Haciendo las cosas correctas desde el comienzo.

**Responsabilidad:**

Constituye en la equidad al prestar el servicio, relacionándose con:

- Efectivizar transacciones en forma oportuna.
- Comunicación con cliente en tiempo debido.
- Asistir puntualmente a reuniones.
- Comprometerse con satisfacción de usuario

**Seguridad:**

Sensación del cliente de estar protegido y lejos de cualquier tipo de peligro.

- Reserva.
- Confianza financiera.
- Protección física.

La reserva se asume en que las actividades del cliente no sean conocidos por terceros; salvo que este los faculte.

**Tangibilidad:**

Percepción física de la atención recibida.

- Infraestructura.
- Apariencia del trabajador.
- Equipos empleados en atención del servicio.
- Documentos utilizados en apoyo.
- Exhibición de páginas web.

Lovelock y Wirtz (2015), indica cinco dimensiones en evaluación de calidad de los servicios, planteado por Zeithaml, Berry y Parasuraman; detallados a continuación:

**Fiabilidad:**

Se refiere a la “capacidad para realizar el servicio prometido con integridad y precisión”.

**Capacidad de respuesta:**

“Es la disposición para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido”.

**Certidumbre:**

Es brindar el servicio con “pericia, cortesía, credibilidad y seguridad”.

**Empatía:**

Implica el “fácil acceso, buena comunicación y comprensión del cliente”.

### **Elementos tangibles.**

Se refiere a la “apariencia de los elementos físicos”.

En esta investigación se tomará en cuenta el planteamiento de Riveros (citado en Atao, 2015); para evaluar la calidad de los servicios, consideramos tres dimensiones, las que son: tangibilidad, empatía y competencia.

### **Indicadores**

Siendo nuestros indicadores en el orden de cada una de las dimensiones las siguientes:

De Tangibilidad: Instalaciones, mobiliario y tecnología.

De Empatía: Respeto ideas propias, cortesía y trato agradable.

De Competencia: Conocimiento de su labor, experiencia en sus labores y vocación de servicio.

### **Teorías**

Las teorías que voy a glosar son las siguientes:

#### **La Teoría de Calidad Total**

Propuesta por Deming (citado en Rojas, 2003), quien creó el concepto holístico de calidad total. Entre sus aportes destacan los 14 puntos que son necesario llevar a cabo para que se cumpla, obtenga o logre la gestión de la calidad (Rojas, 2003), aplicables a pequeñas y grandes empresas de servicios.

#### **La Teoría del Control del Aseguramiento de la Calidad**

Propuesta por Kaoru Ishikawa (citado en Rojas, 2003), padre de la teoría de causa-raíz aplicada a la calidad, básicamente sugiere determinar las causas probables de las ineficiencias presentes en los procesos productivos y erradicar su ocurrencia.

Uno de sus importantes aportes es el diagrama de causas y efectos, utilizado como herramienta para encontrar, seleccionar y documentarse sobre las causas de variación de calidad en la producción. De lo que se desprende que no es suficiente alcanzar la calidad, sino que ésta debe ser asegurada, hecho que se logra según el autor mediante el conocimiento de las ineficiencias y su eliminación.



También propone los círculos de calidad o conocimiento y dominio de las herramientas que son necesarias para lograr tal fin, siendo estos: la gráfica de Pareto, el diagrama de causa-efecto, la estratificación, la hoja de verificación, el histograma, el diagrama de dispersión y la gráfica de control de Shewhart.

### **2.2.2. Satisfacción**

#### **Definición**

Gema (2006) citando a Kotler señala que éste define la satisfacción del cliente cuando al culminar la atención o recibido un producto éste siente el ánimo colmado. Concepto precisado posteriormente ya que su definición la circunscribe al estado de ánimo.

Reyes, et. al. (2009) mencionan que la satisfacción se da mediante el juicio del producto o servicio recepcionado al sentirse saciado.

Esta definición está precisada al ámbito comercial, si bien se puede adaptar al ámbito de servicio municipal.

Factores para medir la satisfacción de los clientes

En esta investigación se define Satisfacción del poblador, con base en los planteamientos citados por Gema (2006) y señalado con anterioridad.

#### **Dimensiones**

Desde una perspectiva pragmática, Druker (1990) citado por Duque, E (2005) especifica cinco niveles de evaluación del desempeño:

#### **Fiabilidad:**

Capacidad empresarial de ofertar su servicio en modo confiable, seguro y cuidadoso; encontrándose en ellos incursos los elementos que facilitan al cliente conocer la capacidad y conocimientos organizacionales, en consecuencia, fiabilidad es ofrecer el servicio de modo correcto desde el inicio del trato.

#### **Seguridad:**

Cuando el cliente no tiene preocupación alguna ya que confía en que la entidad resolverá cualquier contratiempo que tenga; incluyendo además que ésta actitud sea integral, confiable y honesta.

**Capacidad de respuesta:**

Estima el tiempo en que se brinda la atención, así como el cumplir con las ofertas ofrecidas, la accesibilidad del usuario para la comunicación con la entidad u organización.

**Empatía:**

Es adelantarse a los deseos del cliente ya que los siente como propios, incluyendo la cortesía que la integra.

**Intangibilidad:**

El servicio en si es incorpóreo por ello requiere de cumplir todos los detalles posibles de modo que su aglutinación facilite el reconocimiento.

**Interacción humana:**

Tanto el que presta como el que recibe la atención son personas, por tanto, se da una relación que debe ser recíprocamente abierta.

Según Guinart (2003) las dimensiones a tener en cuenta para determinar la satisfacción de los usuarios son:

**Economía**

Se obtiene al adquirir los recursos más adecuados (en número y calidad) al costo más bajo, a fin que con ellos se realicen las actividades en beneficio de la población usuaria.

**Eficacia**

Se logra al producir el efecto deseado; a este efecto es plausible y necesaria su medición mediante la evaluación de la planificación y el logro de las metas establecidas. Teniéndose en cuenta si se facilitó los informes del programa, la culminación o términos de estos, decisiones tomadas y evolución de lo emprendido.

**Eficiencia**

Obtenida en mérito a la relación dada entre el servicio brindado y los recursos utilizados para este logro.

**Efectividad**

Obtenida en mérito al impacto logrado por lo que acompañan significativamente a la eficiencia. En nuestro caso constituye el impacto en la población que requirió los servicios municipales.

### **Equidad**

La sociedad no tiene un mismo nivel económico social por ello es necesario que mediante la equidad se posibilite la adecuada atención de los menos favorecidos, cumpliendo con la disposición constitucional de igualdad.

### **Excelencia**

Al igual que cualquier tipo de negocio, los servicios públicos deben buscar el mismo o mejor nivel de atención, es decir ser excelentes frente a los requerimientos del usuario. Este desea que el ente administrativo:

- Le sea comprensible;
- Le sea accesible desde todo ámbito
- Que responda a sus expectativas.
- Que le facilite el comunicar sus necesidades.

### **Entorno**

El proceso de globalización y de cambios constantes que viva actualmente la economía mundial hace imprescindible el control del entorno, es decir de todo aquello que de un modo u otro influye en el accionar o actividad del usuario.

### **Sostenibilidad**

Los Municipios son entes que perduran a través de los años, por ello requieren que sus servicios sean mantenidos a largo plazo, aun cuando se presenten cambios en el entorno; el usuario debe mantener la certeza que los ofrecimientos no son variables, sorpresivos o llenos de incertidumbre.

Para nuestro trabajo tomaremos como dimensiones la teoría de Druker (1990) citado por Duque (2005, p.69) la cual tomaremos dimensiones la Fiabilidad y Seguridad y de Guinart, J (2003) la dimensión de excelencia.

### **Indicadores**

#### **De excelencia:**

Es comprensible; espacial, temporal y materialmente posible y brinda soluciones.

#### **De Fiabilidad:**

Ayuda para resolver problemas de inmediato, personal inspira confianza, respeto a los derechos.

#### **De seguridad:**

Atención Ordenada, atención sin error y mecanismos de reclamos.

## Teorías

Desglosaremos las teorías de dos factores de la Satisfacción citadas por Cotrina, Ponte y López (2017):

Esta mantiene que determinadas dimensiones de productos o servicios se relacionan con la satisfacción del cliente, mientras que otras opuestas se relacionan con su insatisfacción.

Silvestro y Johnston et. al. (1990) estudiaron esta teoría concluyendo que existen dimensiones que solo producen satisfacción o solo producen insatisfacción, aun cuando hay dimensiones asociadas a la satisfacción o insatisfacción.

Debe considerar que si bien estos estudios empleados el método del incidente crítico, el análisis, así como productos y servicios estudiados son diferentes.

A continuación, detallamos los estudios realizados:

Swan y Combs (1976) y Maddox (1981), investigan solo productos, clasificándolos en dimensiones instrumentales, vinculadas a la insatisfacción, y dimensiones simbólicas, vinculadas a la satisfacción, lo que hace que los resultados obtenidos sean dependientes del modo en que se resuelvan.

Bitner, (1990) y otros solo estudiaron servicios, sin clasificarlos previamente en dimensiones instrumentales o simbólicas. Se centraron en interacciones de clientes y empleados de la línea caliente con 3 tipos de servicios distintos, identifica comportamiento y sucesos específicos, que describen los contactos satisfactorios e insatisfactorios con un servicio, más que dimensiones generales. En este estudio se encuentran relaciones estadísticamente significativas entre el tipo de incidente y los grupos y las categorías, que recogen los citados comportamientos y sucesos.

Silvestro y Johnston (1990), no valida las hipótesis de que hay dos tipos distintos de factores de calidad, higiénicos y de crecimiento, proponiendo un nuevo enfoque que sostiene la existencia de 3 tipos de factores de calidad: factores higiénicos (son factores que son esperados por el cliente, en los que un fallo en su prestación causará insatisfacción al cliente), factores de crecimiento (cuya prestación dará lugar a satisfacción en el cliente, y en los que un fallo en su prestación no causara necesariamente insatisfacción) y factores de doble umbral (factores que son esperados por el cliente, en los que un fallo en su prestación causara insatisfacción, y cuya prestación por encima de cierto nivel dará lugar a

satisfacción en el cliente). Los autores también señalan que el analizar de forma conjunta sectores y segmentos de mercado muy dispares puede influir en la polarización satisfacción-insatisfacción de cada dimensión.

### 2.3. Glosario de Términos

- **Agradable**  
Que produce complacencia o agrado (Rae)
- **Atención**  
Acoger favorablemente, o satisfacer un deseo, ruego o mandato (Rae)
- **Brinda**  
Ofrecer a alguien algo, especialmente una oportunidad o un provecho. (Rae)
- **Capacitación:**  
Es la instrucción que se proporciona para brindar mayor conocimiento, así como desarrollar, ampliar o fortalecer habilidades, destrezas, para que las responsabilidades sean desarrolladas de modo más eficaz y eficiente (García, 2004).
- **Comprender**  
Entender, alcanzar o penetrar algo. (Rae)
- **Comprensible**  
Que puede comprender. (Rae)
- **Confianza**  
Ánimo, aliento, vigor para obrar. (Rae)
- **Conocimiento**  
Entendimiento, inteligencia, razón natural. (Rae)
- **Cortesía**  
Amabilidad que se brinda a distinta persona de la propia. (Rae)
- **Derechos**  
Merecimientos que posee la persona para vivir armónicamente en la sociedad que integra, pudiendo ser sancionado en caso incumpla con sus obligaciones. (Rae)
- **Error**  
Accionar desacertado o equivocado. (Rae)

- **Espacial**  
Capacidad de un terreno o lugar. (Rae)
- **Espacio**  
Capacidad de un terreno o lugar. (Rae)
- **Excelencia**  
Grandeza, forma respetuoso y cortes que se brinda por la dignidad que se tiene (Rae)
- **Expectativas**  
“Estándares internos que los clientes utilizan para juzgar la calidad de una experiencia de servicio”. (Lovelock y Wirtz, 2015).
- **Experiencia**  
Destrezas adquiridas mediante prácticas (Rae).
- **Ideas**  
Concepto, opinión o juicio formado de alguien o algo. (Rae)
- **Inspirar**  
Sentirse motivado por alguien o algo para el desarrollo de la propia creación. (Rae)
- **Instalaciones**  
Lugar que cuenta con el equipamiento debido para que en ella se lleve a cabo alguna actividad. (Rae)
- **Labor**  
Acción y efecto de trabajar (Rae)
- **Materialmente**  
Realmente, enteramente (Rae)
- **Mecanismos**  
Procesos (Rae).
- **Mobiliario**  
Conjunto de muebles de una casa (Rae).
- **Ordenada**  
Que guarda orden y método en sus acciones (Rae).
- **Personal**  
Personas que laboran en una misma organización. (Rae).

- **Pobladores**  
Individuos que viven en una determinada área (Rae).
- **Posible**  
Que se puede ejecutar (Rae).
- **Procesos**  
Fases continuas de alguna operación (Rae).
- **Propias**  
Que pertenece de manera exclusiva a alguien (Rae).
- **Reclamos**  
Oposición a algo considerado injusto (Rae).
- **Respeto**  
Miramiento, consideración, deferencia. (Rae)
- **Servicio**  
“Actividad económica que una parte ofrece a otra, por lo general a través de actuaciones de base temporal, para generar los resultados deseados en receptores, objetos o en otros bienes que son responsabilidad de los compradores” (Lovelock y Wirtz, 2015).
- **Soluciones**  
Actos que se efectúan para resolver una duda, dificultad o problema (Rae)
- **Tecnología**  
Conjunto de instrumentos y procesos llevados a cabo con el empleo de medios tecnológicos (Concytec, 2008).
- **Temporal**  
Que dura por algún tiempo. (Rae)
- **Trato**  
Comunicarse o relacionarse con alguien (Rae)
- **Vocación**  
Inclinación a un estado, una profesión o una carrera. (Rae).

## **CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1. Hipótesis General**

Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.

### **3.2. Hipótesis Específicas**

1. Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.
2. Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.
3. Existe una relación significativa entre las competencias y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.

### **3.3. Identificación de variables**

- Calidad del servicio.
- Satisfacción de los pobladores.

### **3.4. Operacionalización de Variables**

- **Calidad del servicio**

Desagregada en las siguientes dimensiones: Tangibilidad, empatía y competencias.

En la medición de la tangibilidad hemos utilizado los siguientes indicadores: Instalaciones; mobiliario y tecnología.

Para medir la empatía utilizaremos los siguientes indicadores: Respeto a las ideas propias, cortesía y trato agradable.

Para medir las competencias hemos utilizado los siguientes indicadores: Conocimiento de su labor, experiencia en sus labores y vocación de servicios.



- **Satisfacción de los pobladores**

A cuyo efecto se desagregó en las siguientes dimensiones: Excelencia, Confiabilidad y Seguridad

En la medición de excelencia se utilizó: comprensible, espacial, temporal, materialmente posible, y brinda soluciones.

Respecto a la confiabilidad se utilizó: Ayuda inmediata para resolver problemas, personal inspira confianza y el respeto a los derechos.

Finalmente, en la seguridad se utilizó: atención ordenada, atención sin error y mecanismo de reclamo.

**Tabla N° 1.**

***Resumen de la operacionalización de las variables***

Variables	Dimensiones	Indicadores
Calidad del servicio	Tangibilidad	Instalaciones
		Mobiliario
		Tecnología
	Empatia	Trato amable
		Cortesía
		Trato personalizado
		Conocimiento de su labor
	Competencias	Experiencia en sus labores
		Vocación de servicio
		Comprensible
Satisfacción de los clientes	excelencia	Espacial,temporal y materialmente posible
		Brinda soluciones
	Fiabilidad	Ayuda inmedita para resolver dificultades
		Personal inspira confianza
		Respeto a los derechos
		Atención ordenada
	Seguridad	Atención sin error
		Mecanismos de reclamos

Fuente: Elaboración Propia.

### 3.5. Matriz de Consistencia

**Tabla N° 2.**

Calidad del servicio y satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018								
Objeto de estudio	Problemas de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Método	
Pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín	Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Calidad del servicio	Tangibilidad	Instalaciones	Para procesar los datos utilizaremos el software SPSS versión 25, con el cual haremos la base de datos, a partir de la cual obtendremos las tablas que nos permitan describir cada indicador, cada dimensión y cada variable, así como las relaciones entre ellas y las pruebas de hipótesis correspondientes.	
	¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018?	Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.	Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.			Mobiliario		
						Tecnología		
					Empatía	Respeto a ideas propias		
						Cortesía		
						Trato Agradable		
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		Satisfacción de los pobladores	Competencias		Conocimiento de su labor
	1. ¿Qué relación existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018?	1. Determinar la relación que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.	1. Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.					Experiencia en sus labores
								Vocación de servicio
	2. ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018?	2. Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.	2. Existe una relación significativa existe entre la empatía y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018	Excelencia		Comprensible		
						Espacial, temporal, materialmente posible		
						Brinda Soluciones		
	3. ¿Qué relación existe entre la competencia y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018?	3.Determinar la relación que existe entre la existe entre la competencia y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018	3. Existe una relación significativa existe entre la competencia y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.	Fiabilidad		Ayuda inmedita para resolver dificultades		
						Personal inspira confianza		
						Respeto a los derechos		
				Seguridad	Atención ordenada			
					A tención sin error			
					Mecanismo de reclamos.			

Fuente : Elaboración Propia.

## **CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Tipo de Investigación**

Es correlacional. Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que una investigación correlacional “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables”.

En efecto, en nuestra investigación se trató de medir el grado de relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la provincia de San Martín.

### **4.2. Diseño de Investigación**

El diseño de la investigación fue no experimental, de corte transversal. Hernández et. al. (2014), refieren que:

Este tipo de investigación se basa en observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural. Siendo transversal por recolectar y detallar o especificar datos en un solo momento, en un tiempo único.

En efecto, en nuestra investigación no se manipulará ninguna de las variables, si no que se recogerán los datos, tal como lo expresan los entrevistados en un momento dado, en un tiempo único y se buscara la relación entre calidad de servicio y satisfacción de los pobladores de la municipalidad Provincial de San Martín.

### **4.3. Unidad de Análisis**

La unidad de estudio lo constituyen los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín.

### **4.4. Población de Estudio**

El objeto de estudio está constituido por los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín. Dicho servicio está siendo utilizado por 66,000 pobladores, aproximadamente que requieren los servicios de la municipalidad Provincial de San Martín.

#### 4.5. Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Dónde: n es el tamaño de la muestra

Z es el valor estandarizado de la variable

p es la probabilidad de acertar

q es la probabilidad de no acertar

E es el error permitido

Para un nivel de significación de 5 % y considerando los siguientes datos:

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$E = 0.05$$

El valor de n será 384.16, que redondeado será 384.

#### 4.6. Selección de la muestra

La muestra será distribuida en orden a la importancia relativa de la atención requerida durante la semana por los pobladores que alcanza aproximadamente 1700 atenciones, tal como se muestra en la tabla:

**Tabla N° 3.**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Total
Pobladores	400	180	300	220	600	1700
Tasa	0.24	0.11	0.18	0.13	0.35	1.00
n <sub>i</sub>	90	41	68	50	135	384

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.7. Técnicas de Recolección de datos

La técnica de recolección de datos es la encuesta.

#### 4.8. Procesamiento y análisis de datos

Hemos utilizado el software SPSS versión 25, elaborando con éste la base de datos, a partir de la cual obtuvimos las tablas que nos permitieron describir cada indicador, cada dimensión y cada variable, así como las relaciones entre ellas obteniendo las pruebas de hipótesis.

## CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 5.1. Análisis e interpretación de resultados

#### 5.1.1. Resultados sobre la calidad del servicio

##### A. Resultados sobre la Tangibilidad

En la siguiente tabla presentamos la respuesta de los encuestados sobre las instalaciones, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 4.**

***Respuesta de los encuestados sobre las instalaciones, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

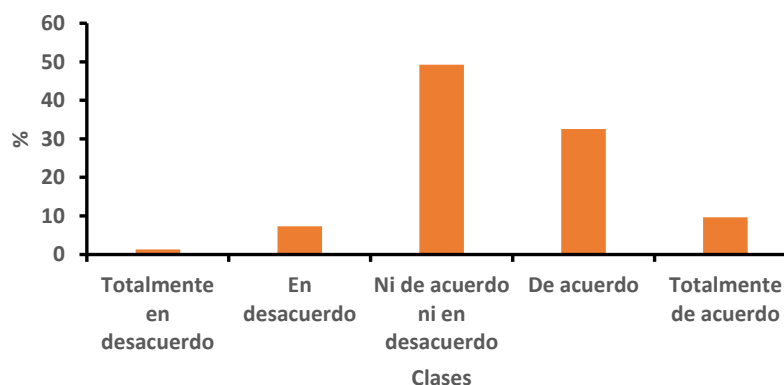
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	1.3	1.3
En desacuerdo	28	7.3	8.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	189	49.2	57.8
De acuerdo	125	32.6	90.4
Totalmente de acuerdo	37	9.6	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (49.2%) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con las instalaciones, el (32.6%) están de acuerdo, el (9.6%) están totalmente de acuerdo, (7.3%) están en desacuerdo y (1.3%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 1.**

***Respuesta de los encuestados en porcentajes***



En la tabla siguiente, presentamos la respuesta de los encuestados sobre el mobiliario, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 5.**

***Respuesta de los encuestados sobre el mobiliario, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

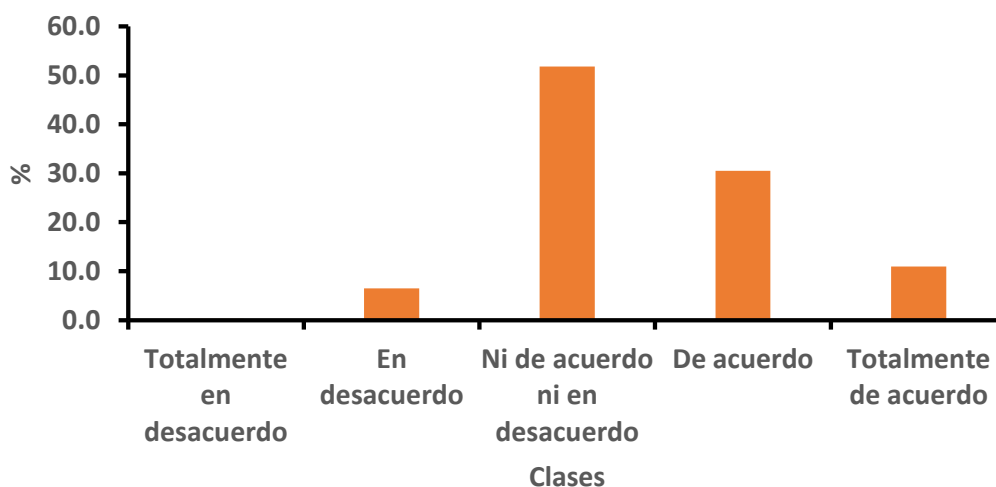
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3	0.3
En desacuerdo	25	6.5	6.8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	199	51.8	58.6
De acuerdo	117	30.5	89.1
Totalmente de acuerdo	42	10.9	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (51.8%) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el mobiliario, el (30.5%) están de acuerdo, el (10.9%) están totalmente de acuerdo, (6.5%) están en desacuerdo y (0.3%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra a continuación:

**Gráfico N° 2.**

***Respuesta de los encuestados sobre el mobiliario, en porcentajes***



En la siguiente tabla presentamos la respuesta de los encuestados sobre la tecnología, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 6.**

***Respuesta de los encuestados sobre tecnología, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

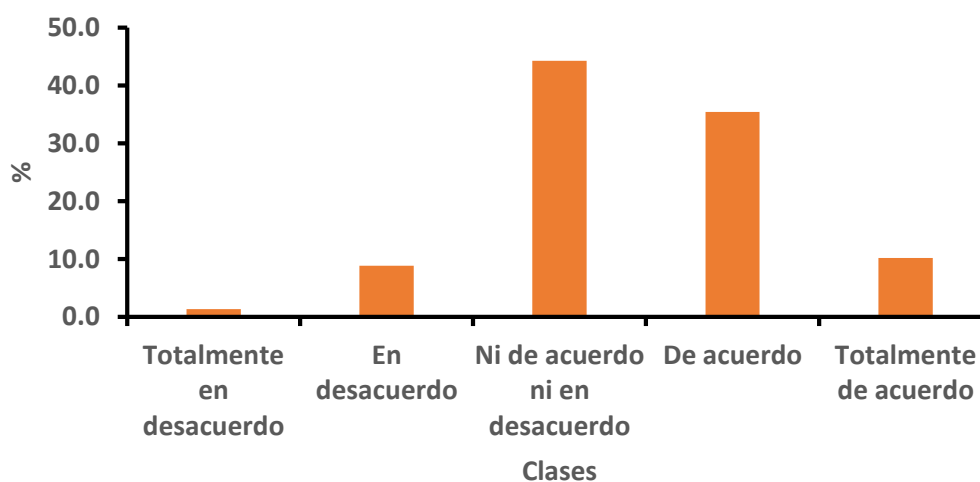
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	1.3	1.3
En desacuerdo	34	8.9	10.2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	170	44.3	54.4
De acuerdo	136	35.4	89.8
Totalmente de acuerdo	39	10.2	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (44.3%) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la tecnología, el (35.4%) están de acuerdo, el (10.2%) están totalmente de acuerdo, (8.9%) están en desacuerdo y (1.3%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 3.**

***Respuesta de los encuestados sobre la tecnología, en porcentajes***



En la tabla siguiente, presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión tangibilidad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 7.**

***Respuesta de los encuestados sobre la tangibilidad en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

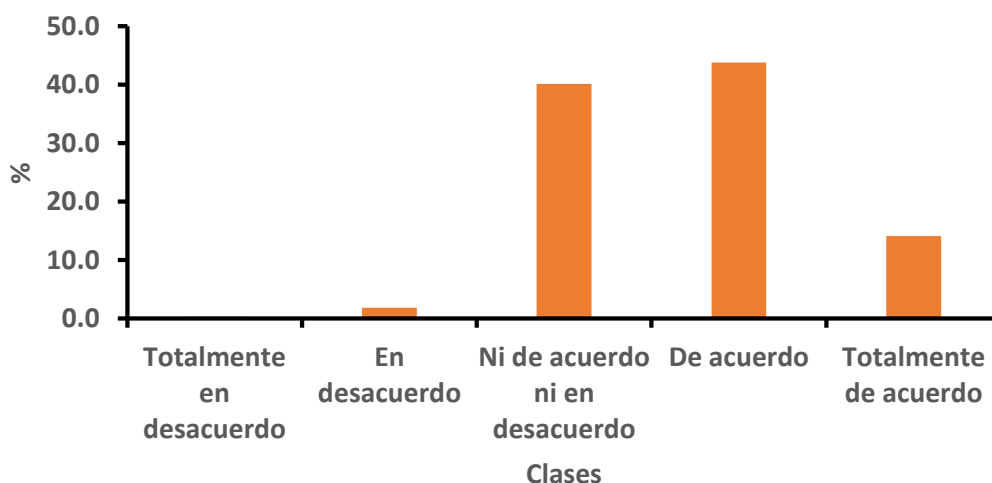
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3	0.3
En desacuerdo	7	1.8	2.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	154	40.1	42.2
De acuerdo	168	43.8	85.9
Totalmente de acuerdo	54	14.1	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Elaboración Propia.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (43.8 %) están de acuerdo con la tangibilidad, el (40.1%) no están de acuerdo ni en desacuerdo, el (14.1%) están totalmente de acuerdo, (1.8%) están en desacuerdo y (0.3%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 4.**

***Respuesta de los encuestados sobre la tangibilidad en porcentajes***





## B. Resultados sobre la Empatía

En la tabla siguiente, presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre respeto a ideas propias, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 8.**

***Respuesta de los encuestados sobre respeto a ideas propias en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

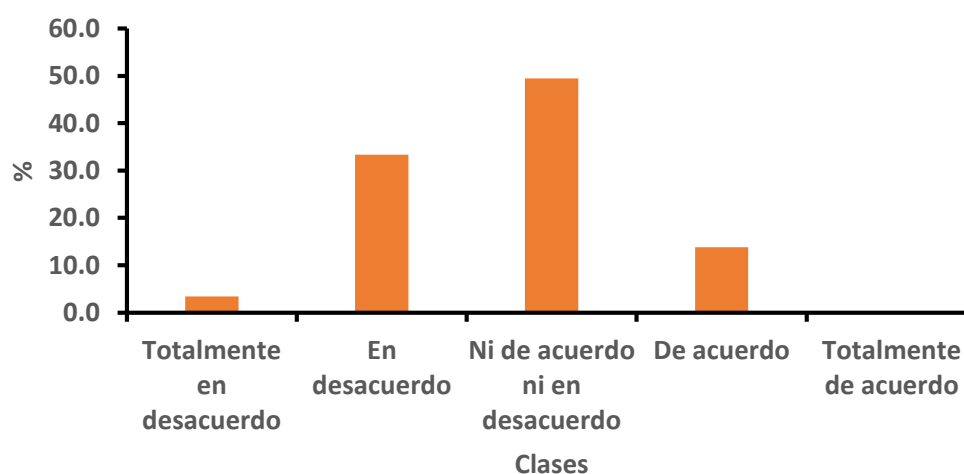
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	13	3.4	3.4
En desacuerdo	128	33.3	36.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	190	49.5	86.2
De acuerdo	53	13.8	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (49.5%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con respeto a ideas propias, el (33.3%) están en desacuerdo, el (13.8%) están de acuerdo, (3.4%) están totalmente en desacuerdo, (0.0%) están en totalmente de acuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 5.**

***Respuesta de los encuestados sobre respeto a ideas propias en porcentajes***



En la tabla siguiente, presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre la cortesía, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 9.**

***Respuesta de los encuestados sobre la cortesía en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

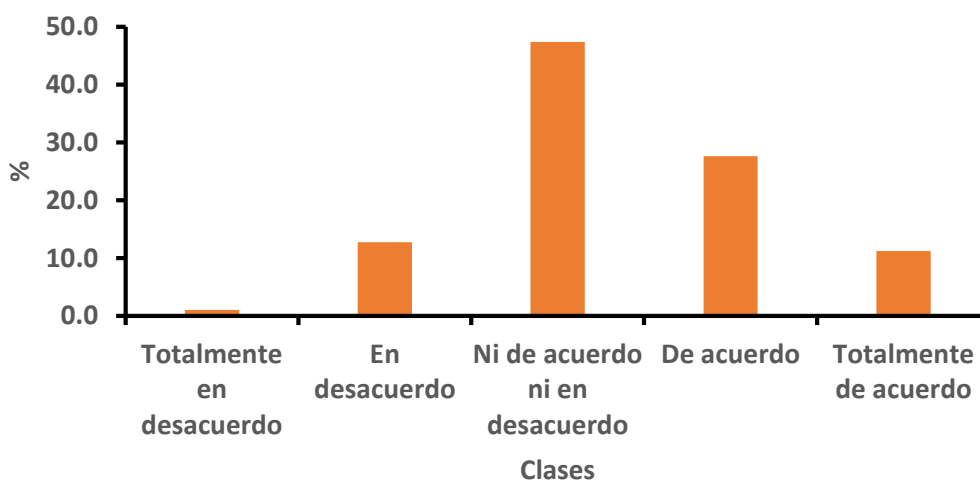
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1.0	1.0
En desacuerdo	49	12.8	13.8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	182	47.4	61.2
De acuerdo	106	27.6	88.8
Totalmente de acuerdo	43	11.2	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (47.4%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con cortesía, el (27.6%) están de acuerdo, el (12.8%) están en desacuerdo, (11.2%) están totalmente de acuerdo, (1.0%) están en totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 6.**

***Respuesta de los encuestados sobre cortesía, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión trato agradable, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 10.**

***Respuesta de los encuestados sobre trato agradable en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

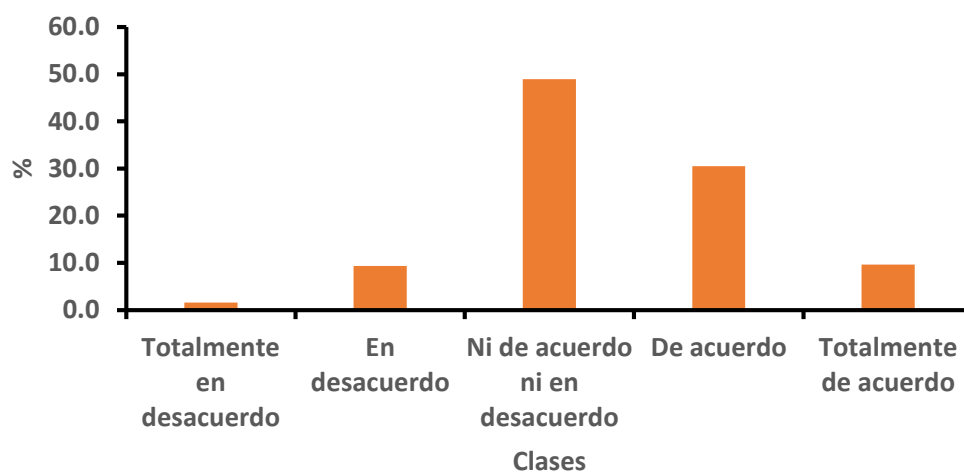
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	1.6	1.6
En desacuerdo	36	9.4	10.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	188	49.0	59.9
De acuerdo	117	30.5	90.4
Totalmente de acuerdo	37	9.6	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (49.0%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con trato agradable, el (30.5%) están de acuerdo, el (9.6%) están totalmente de acuerdo, (9.4%) están en desacuerdo, (1.6%) están en totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 7.**

***Respuesta de los encuestados sobre trato agradable, en porcentajes***



En la tabla siguiente, presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión de empatía, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 11.**

***Respuesta de los encuestados sobre la empatía en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

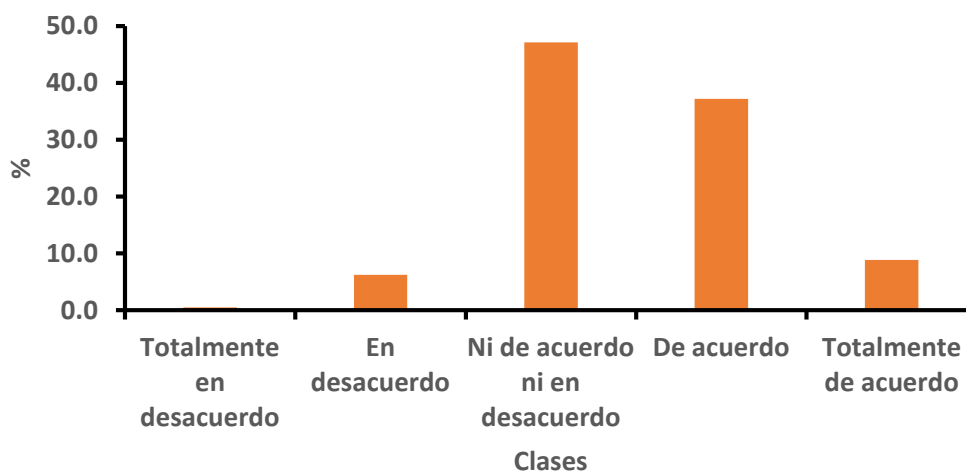
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	0.5	0.5
En desacuerdo	24	6.3	6.8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	181	47.1	53.9
De acuerdo	143	37.2	91.1
Totalmente de acuerdo	34	8.9	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (47.1 %) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la dimensión de la empatía, el (37.2%) están de acuerdo, el (8.9%) están totalmente de acuerdo, (6.3%) están en desacuerdo y el (0.5%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 8.**

***Respuesta de los encuestados sobre la empatía, en porcentajes***



### C. Resultados sobre la Competencias

En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre conocimiento de su labor, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 12.**

***Respuesta a los encuestados sobre el conocimiento de su labor en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

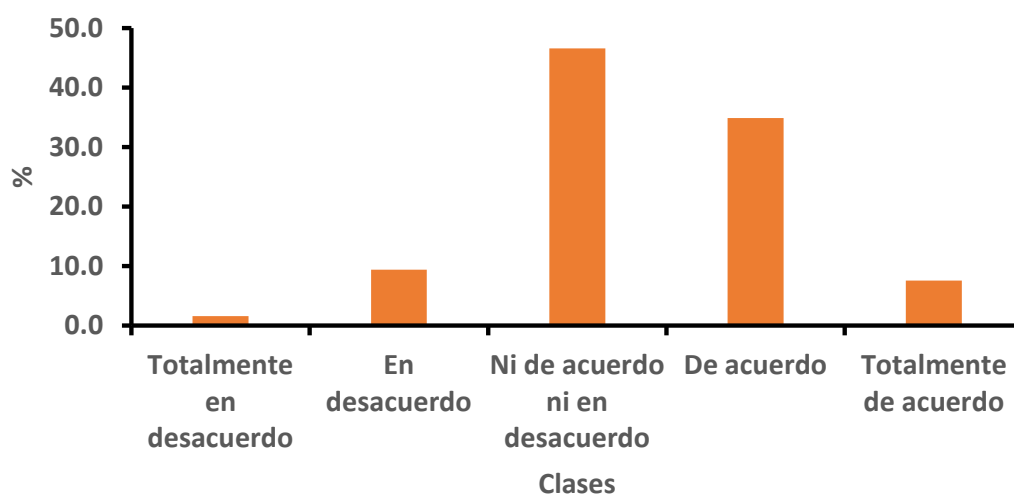
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	1.6	1.6
En desacuerdo	36	9.4	10.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	179	46.6	57.6
De acuerdo	134	34.9	92.4
Totalmente de acuerdo	29	7.6	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (46.6 %) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con conocimiento de su labor, el (34.9%) están de acuerdo, el (9.4%) están en desacuerdo, (7.6 %) están en totalmente de acuerdo y el (1.6%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 9.**

***Respuesta de los encuestados sobre conocimiento de su labor, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre experiencia en sus labores, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 13.**

***Respuesta de los encuestados sobre experiencia en sus labores en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

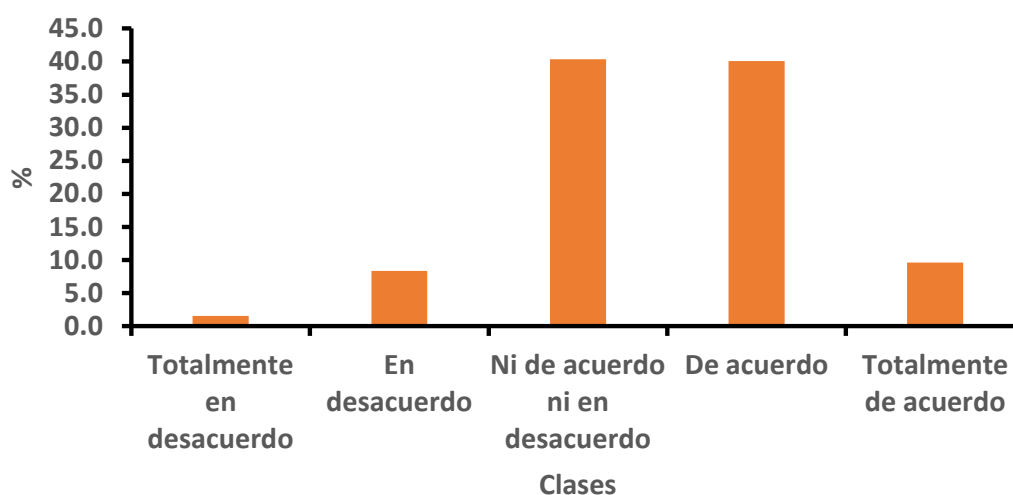
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	1.6	1.6
En desacuerdo	32	8.3	9.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	155	40.4	50.3
De acuerdo	154	40.1	90.4
Totalmente de acuerdo	37	9.6	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (40.4 %) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la experiencia en sus labores, el (40.1%) están de acuerdo, el (9.6%) están totalmente de acuerdo, (8.3 %) están en desacuerdo y el (1.6%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 10.**

***Respuesta de los encuestados sobre experiencia en sus labores en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre vocación de servicio, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 14.**

***Respuesta de los encuestados sobre vocación de servicio en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

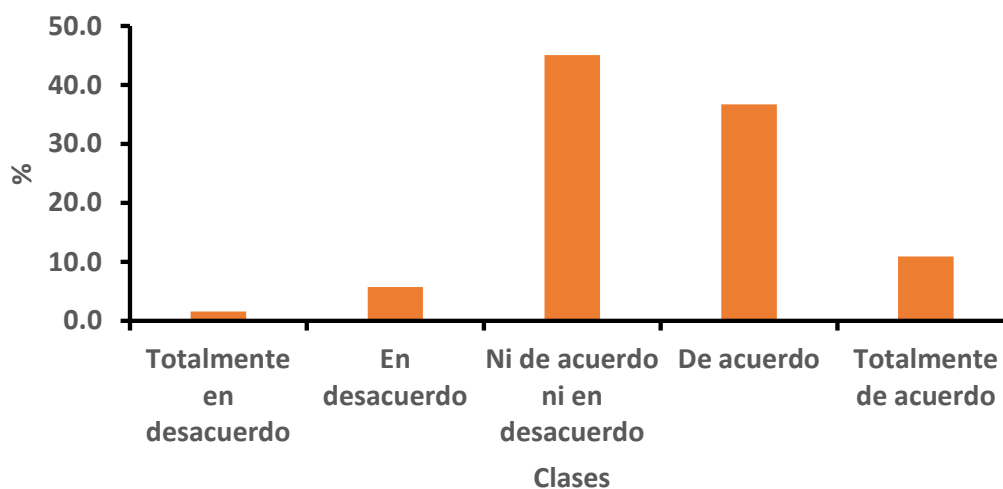
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	1.6	1.6
En desacuerdo	22	5.7	7.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	173	45.1	52.3
De acuerdo	141	36.7	89.1
Totalmente de acuerdo	42	10.9	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (45.1 %) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la vocación de servicio, el (36.7%) están de acuerdo, el (10.9%) están totalmente de acuerdo, (5.7 %) están en desacuerdo y el (1.6%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 11.**

***Respuesta de los encuestados sobre vocación de servicio, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión de competencias, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 15.**

***Respuesta de los encuestados sobre competencias en valores absolutos, porcentuales ya acumulados***

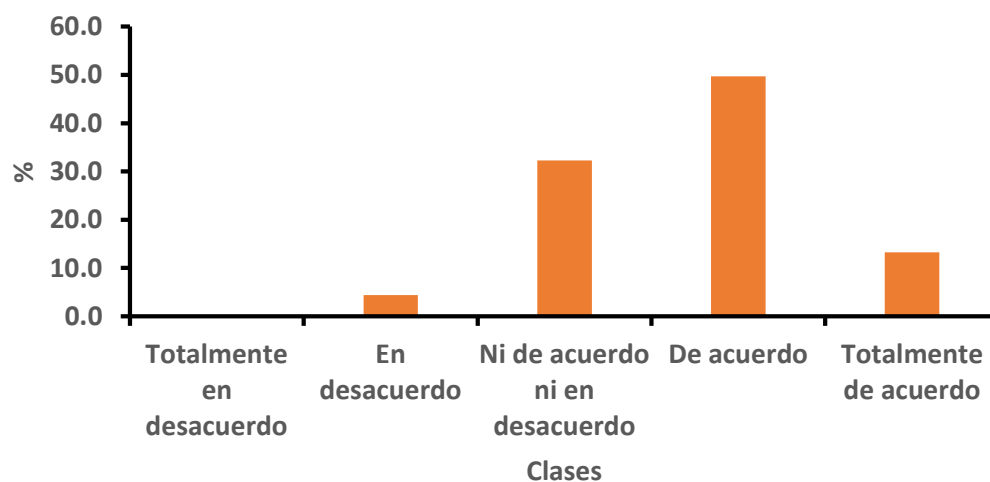
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3	0.3
En desacuerdo	17	4.4	4.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	124	32.3	37.0
De acuerdo	191	49.7	86.7
Totalmente de acuerdo	51	13.3	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (49.7%) están de acuerdo con la dimensión de la competencia, el (32.3%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (13.3%) están totalmente de acuerdo, (4.4%) están en desacuerdo y el (0.3%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 12.**

***Respuesta de los encuestados sobre competencias en porcentajes***





#### D. Resultados sobre la Calidad del servicio

En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre la variable de calidad de servicio, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 16.**

***Respuesta de los encuestados sobre la variable de calidad de servicio en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

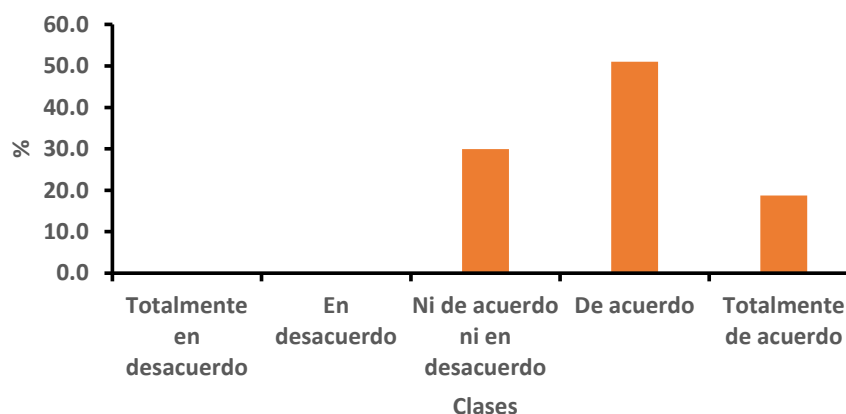
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	0.3	0.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	115	29.9	30.2
De acuerdo	196	51.0	81.3
Totalmente de acuerdo	72	18.8	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (51.0%) están de acuerdo con la variable de calidad del servicio, el (29.9%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (18.8%) están totalmente de acuerdo, (0.3%) están en desacuerdo y el (0.0%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 13.**

***Respuesta de los encuestados sobre la variable de calidad de servicio en porcentajes***



### 5.1.2. Resultados sobre la satisfacción del poblador

#### A. Resultados sobre la Excelencia

En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador comprensible, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 17.**

***Respuesta de los encuestados sobre comprensible, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

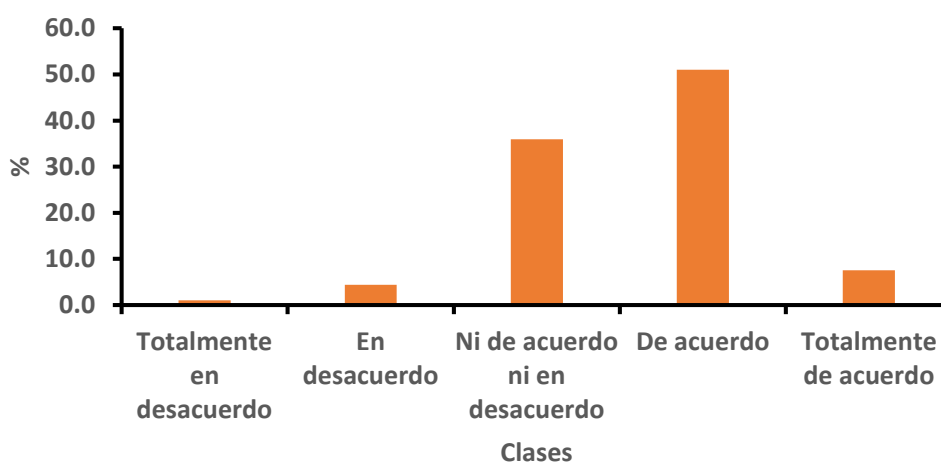
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1.0	1.0
En desacuerdo	17	4.4	5.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	138	35.9	41.4
De acuerdo	196	51.0	92.4
Totalmente de acuerdo	29	7.6	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (51.0 %) están de acuerdo con el indicador comprensible, el (35.9%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (7.6%) están totalmente de acuerdo, (4.4%) están en desacuerdo y (1.0%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 14.**

***Respuesta de los encuestados sobre comprensible, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador espacial, temporal y materialmente posible, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 18.**

***Respuesta de los encuestados sobre espacial, temporal y materialmente posible, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

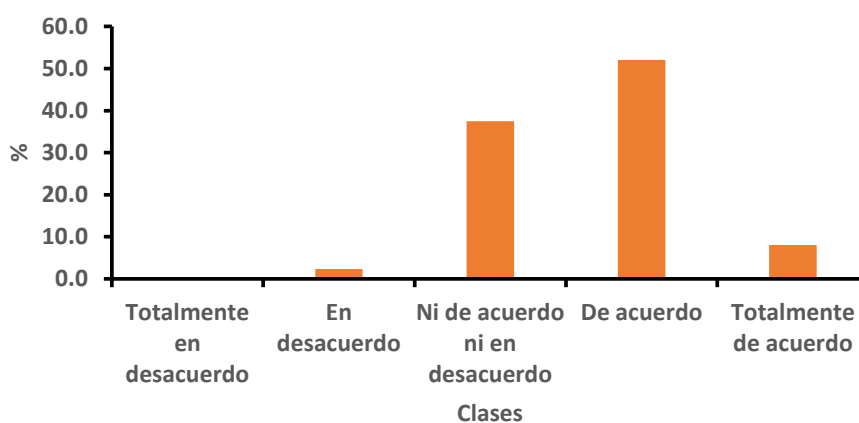
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0
En desacuerdo	9	2.3	2.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	144	37.5	39.8
De acuerdo	200	52.1	91.9
Totalmente de acuerdo	31	8.1	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (52.1%) están de acuerdo con el indicador espacial, temporal y materialmente posible, el (37.5%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (8.1%) están totalmente de acuerdo, (2.3%) están en desacuerdo y (0.0%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 15.**

***Respuesta de los encuestados sobre espacial, temporal y materialmente posible, en valores absolutos, porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador brinda soluciones, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 19.**

***Respuesta de los encuestados sobre brinda soluciones, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

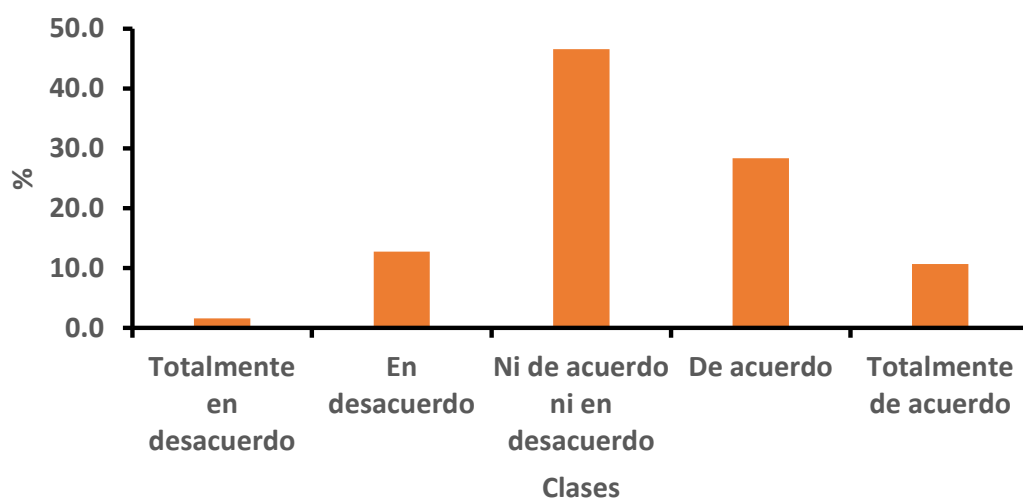
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	1.6	1.6
En desacuerdo	49	12.8	14.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	179	46.6	60.9
De acuerdo	109	28.4	89.3
Totalmente de acuerdo	41	10.7	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (46.6 %) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el indicador brinda soluciones, el (28.4%) están de acuerdo, el (12.8%) están en desacuerdo, (10.7%) están totalmente en desacuerdo y (1.6%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en la figura 5.16.

**Gráfico N° 16.**

***Respuesta de los encuestados sobre brinda soluciones, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre la dimensión excelencia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 20.**

***Respuesta de los encuestados sobre excelencia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

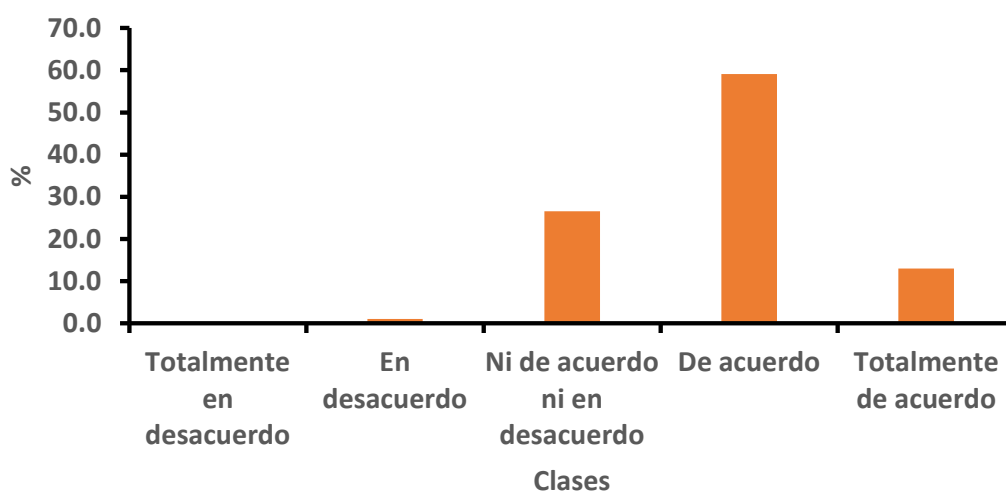
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.3	0.3
En desacuerdo	4	1.0	1.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	102	26.6	27.9
De acuerdo	227	59.1	87.0
Totalmente de acuerdo	50	13.0	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (49.1%) están de acuerdo con la dimensión de la excelencia, el (26.6%) están de ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (13.0%) están totalmente de acuerdo, (1.0%) están en desacuerdo y el (0.3%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 17.**

***Respuesta de los encuestados sobre excelencia, porcentajes***



## B. Resultados sobre la Fiabilidad

En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre ayuda inmediata para resolver dificultades, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 21.**

***Respuesta de los encuestados sobre ayuda inmediata para resolver dificultades, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.***

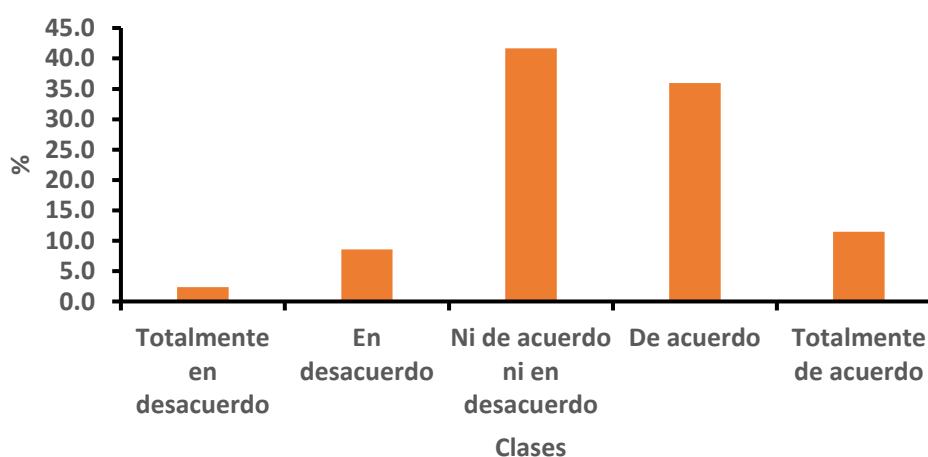
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	2.3	2.3
En desacuerdo	33	8.6	10.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	160	41.7	52.6
De acuerdo	138	35.9	88.5
Totalmente de acuerdo	44	11.5	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (41.7%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con ayuda inmediata para resolver dificultades, el (35.9%) están de acuerdo, el (11.5%) están totalmente de acuerdo, (8.6%) están en desacuerdo y el (2.3%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 18.**

***Respuesta de los encuestados sobre ayuda inmediata para resolver dificultades, porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador personal inspira confianza, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 22.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador personal inspira confianza, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.***

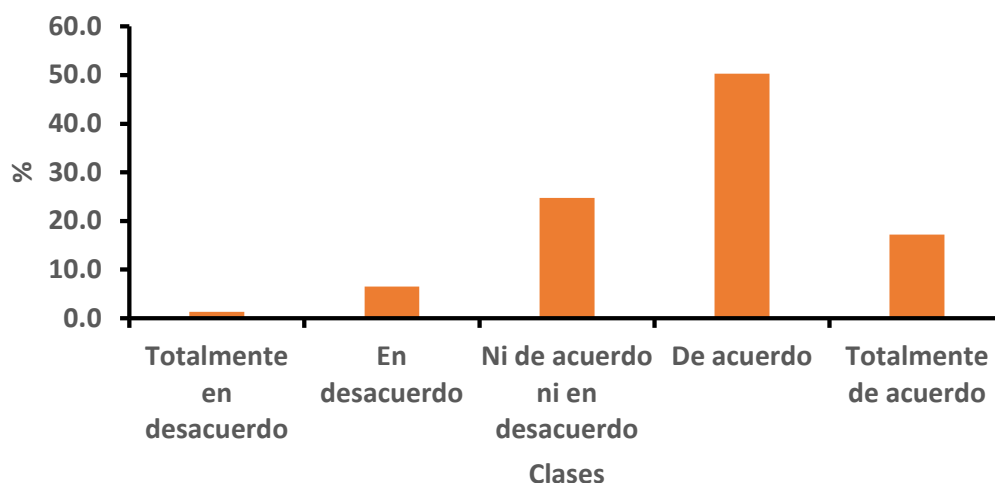
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	1.3	1.3
En desacuerdo	25	6.5	7.8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	24.7	32.6
De acuerdo	193	50.3	82.8
Totalmente de acuerdo	66	17.2	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (50.3 %) están de acuerdo con el indicador personal inspira confianza, el (24.7%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (17.2%) están totalmente de acuerdo, (6.5%) están en desacuerdo y (1.3%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico:

**Gráfico N° 19.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador personal inspira confianza en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador respeto a los derechos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 23.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador respeto a los derechos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

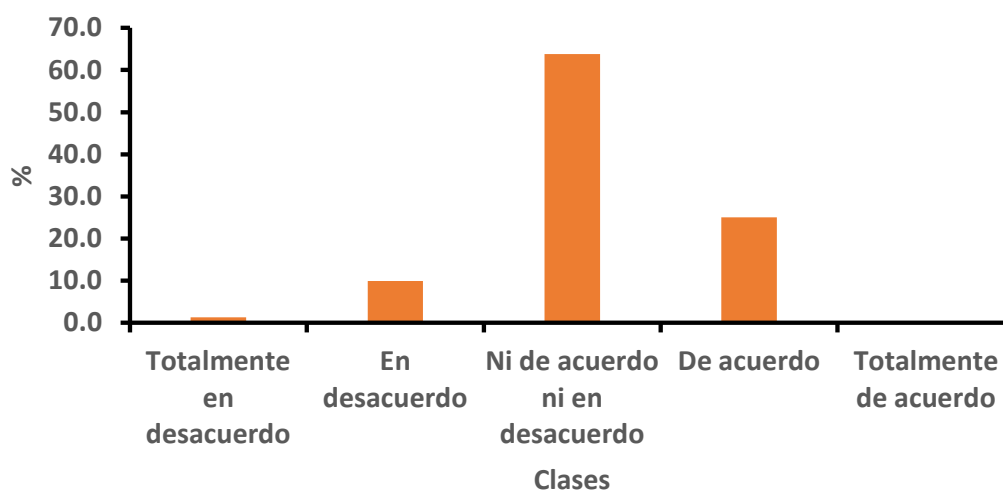
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	1.3	1.3
En desacuerdo	38	9.9	11.2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	245	63.8	75.0
De acuerdo	96	25.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (63.8 %) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el indicador respeto a los derechos, el (25.0%) están de acuerdo, el (9.9%) están en desacuerdo, (1.3%) están totalmente en desacuerdo y (0.0 %) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 20.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador respeto a los derechos, en porcentajes***





En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre la dimensión fiabilidad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 24.**

***Respuesta de los encuestados sobre la dimensión fiabilidad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

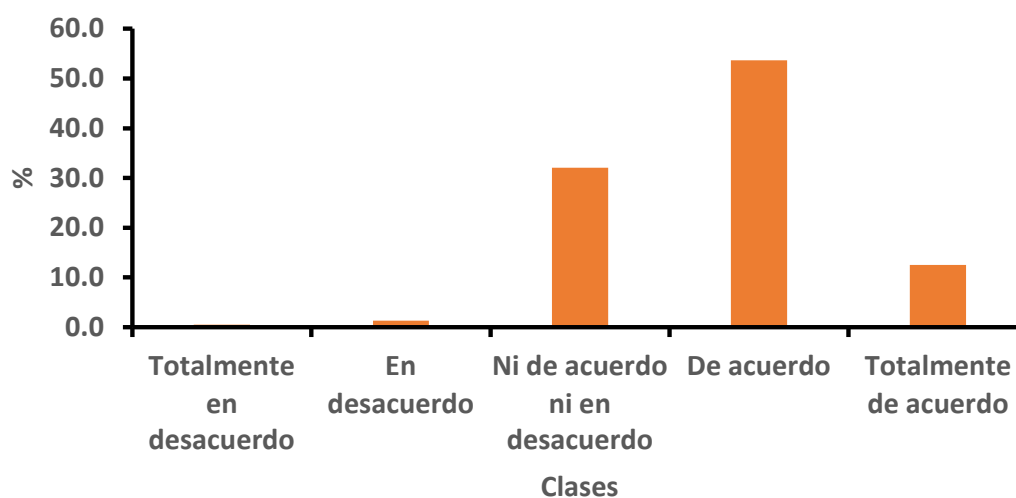
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	0.5	0.5
En desacuerdo	5	1.3	1.8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	123	32.0	33.9
De acuerdo	206	53.6	87.5
Totalmente de acuerdo	48	12.5	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (53.6 %) están de acuerdo con la dimensión fiabilidad, el (32.0%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (12.5%) están totalmente de acuerdo, (1.3%) están en desacuerdo y el (0.5%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente.

**Gráfico N° 21.**

***Respuesta de los encuestados sobre la dimensión fiabilidad, en porcentajes***



### C. Resultados sobre la Seguridad

En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador atención ordenada, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 25.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención ordenada, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

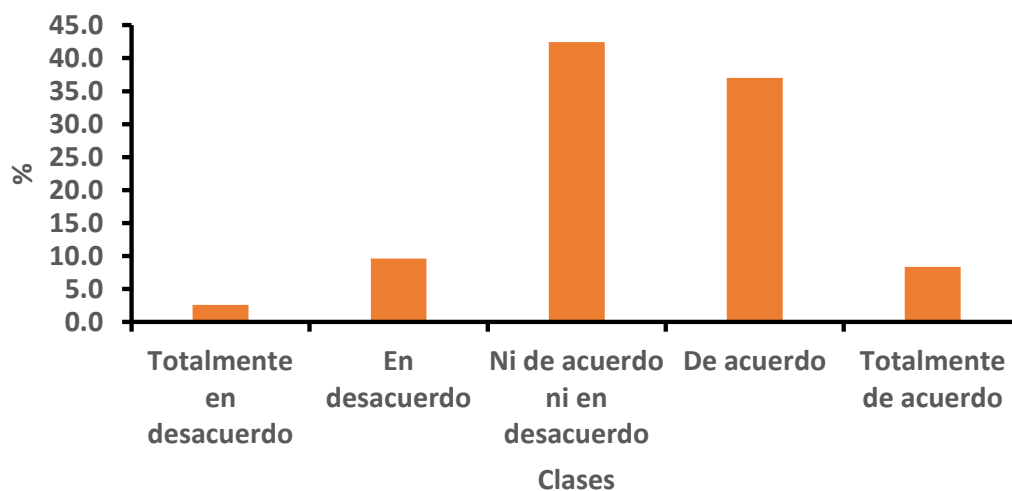
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	2.6	2.6
En desacuerdo	37	9.6	12.2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	163	42.4	54.7
De acuerdo	142	37.0	91.7
Totalmente de acuerdo	32	8.3	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (42.4%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el indicador atención ordenada, el (37.0%) están de acuerdo, el (9.06%) están en desacuerdo, (8.03%) están totalmente de acuerdo y (2.6%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 22.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención ordenada, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador atención sin error, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 26.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención sin error, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.***

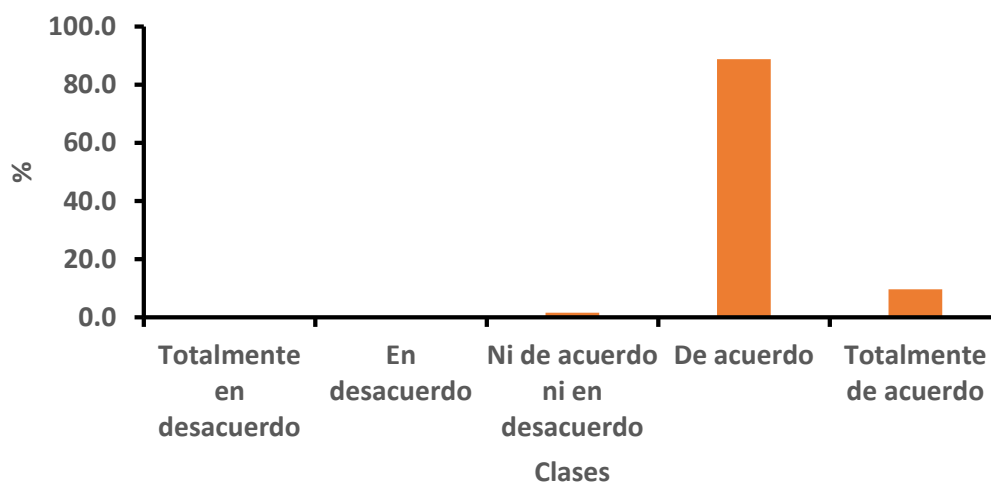
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0
En desacuerdo	0	0.0	0.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	1.6	1.6
De acuerdo	341	88.8	90.4
Totalmente de acuerdo	37	9.6	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (88.8%) están de acuerdo con el indicador atención sin error, el (9.6 %) están totalmente de acuerdo, el (1.06%) están en ni de acuerdo ni en desacuerdo, (0.00%) están en desacuerdo y (0.0%) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el siguiente gráfico:

**Gráfico N° 23.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador atención sin error, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos la respuesta de los encuestados sobre el indicador mecanismos de reclamos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 27.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador mecanismos de reclamos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.***

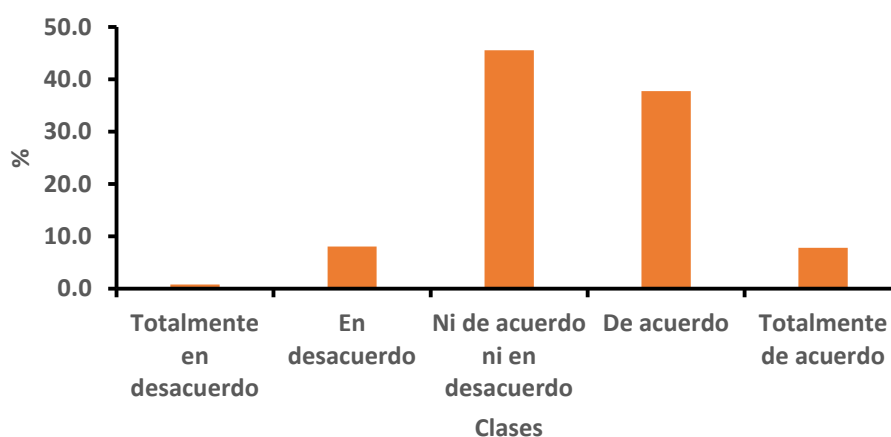
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	0.8	0.8
En desacuerdo	31	8.1	8.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	175	45.6	1.6
De acuerdo	145	37.8	90.4
Totalmente de acuerdo	30	7.8	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (45.6%) están en ni de acuerdo ni en desacuerdo con el indicador mecanismos de reclamos, el (37.8%) están de acuerdo, el (8.1%) están en desacuerdo, (7.8%) están totalmente de acuerdo y (0.8 %) están totalmente en desacuerdo, tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 24.**

***Respuesta de los encuestados sobre el indicador mecanismos de reclamos, en porcentajes***



En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados sobre la dimensión seguridad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 28.**

***Respuesta de los encuestados sobre la dimensión seguridad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

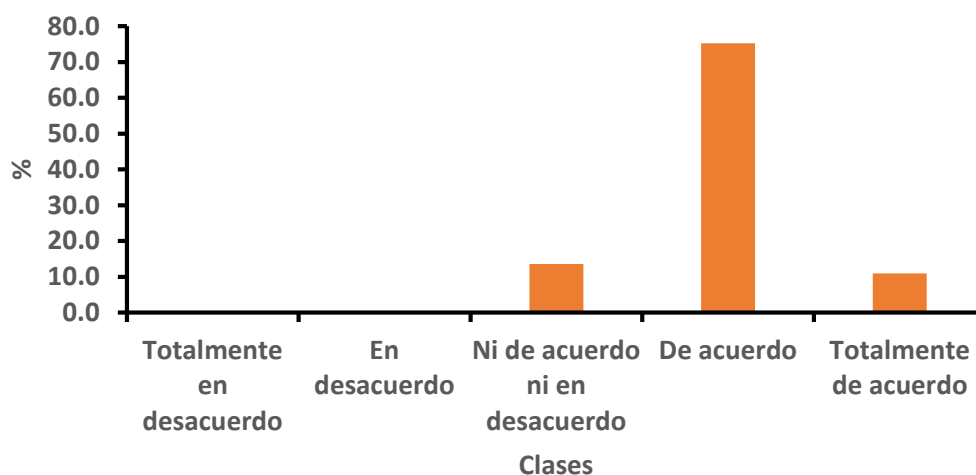
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	0.3	0.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	13.5	13.8
De acuerdo	289	75.3	89.1
Totalmente de acuerdo	42	10.9	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (75.3 %) están de acuerdo con la dimensión seguridad, el (13.5%) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el (10.9%) están totalmente de acuerdo, (0.3 %) están en desacuerdo y el (0.0%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 25.**

***Respuesta de los encuestados sobre la dimensión seguridad, en porcentajes***



#### D. Resultados sobre la Satisfacción de poblador

En la tabla siguiente presentamos una síntesis de la respuesta de los encuestados de la variable satisfacción del poblador, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

**Tabla N° 29.**

***Respuesta de los encuestados de la variable satisfacción del poblador, en valores absolutos, porcentuales y acumulados***

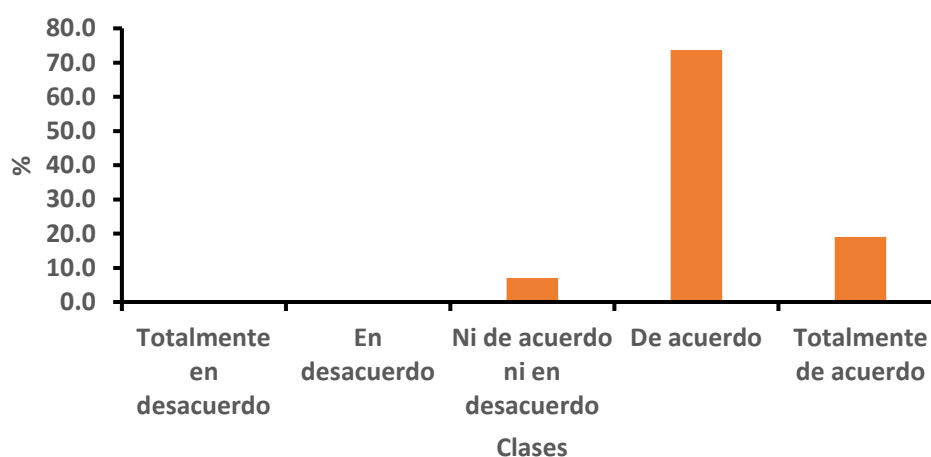
Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	0.3	0.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	7.0	7.3
De acuerdo	283	73.7	81.0
Totalmente de acuerdo	73	19.0	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Encuesta.

En dicha tabla apreciamos que la mayoría de los encuestados (73.7%) están de acuerdo con la de la variable satisfacción del poblador, el (19.0%) están totalmente de acuerdo, el (7.0%) están ni de acuerdo ni en desacuerdo, (0.3 %) están en desacuerdo y el (0.0%) totalmente en desacuerdo tal como se ilustra en el gráfico siguiente:

**Gráfico N° 26.**

***Respuesta de los encuestados de la variable satisfacción del poblador, en porcentajes***



## 5.2. Prueba de Hipótesis

### 5.2.1. Prueba de la Hipótesis específica 1

Las hipótesis a testear son las siguientes:

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

H<sub>1</sub>: Existe una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

El criterio para la prueba es el siguiente:

Si la significación asintótica < nivel de significación, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Alternativamente, se puede considerar lo siguiente:

Si  $\chi^2$  calculado >  $\chi^2$  tabulado, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

En la tabla siguiente presentamos los datos sobre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín.

**Tabla N° 30.**

***Datos sobre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores***

Tangibilidad	Satisfacción de los pobladores				Total
	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	1
En desacuerdo	0	1	6	0	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	20	127	6	154
De acuerdo	0	5	133	30	168
Totalmente de acuerdo	0	1	16	37	54
Total	1	27	283	73	384

Fuente: Elaboración Propia.

A partir de dicha tabla hemos aplicado la prueba chi cuadrado para probar la hipótesis específica 1.

La tabla siguiente presenta los resultados del SPSS sobre la prueba de hipótesis sobre la relación entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores.

**Tabla N° 31.**

***Pruebas Chi-cuadrado sobre tangibilidad y satisfacción de los pobladores***

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	122,363	12	2.087E-20
Razón de verosimilitudes	109.487	12	7.559E-18
Asociación lineal por lineal	83.998	1	4.952E-20
N de casos válidos	384		

Fuente: Elaboración Propia.

Para un nivel de significación  $\alpha = 0.05$ , resulta que:

$$\text{Significación asintótica} = 2.087\text{E-}20 < \text{nivel de significación} = 0.05$$

Con lo que se prueba que hay una relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores, por lo tanto, se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

### **5.2.2. Prueba de la Hipótesis Específica 2**

Las hipótesis a testear son las siguientes:

$H_0$ : No existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

$H_1$ : Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

El criterio para la prueba es el siguiente:

Si la significación asintótica  $<$  nivel de significación, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Alternativamente, se puede considerar lo siguiente:

Si  $\chi^2_{\text{calculado}} > \chi^2_{\text{tabulado}}$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

En la tabla siguiente presentamos los datos sobre la empatía y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín.



**Tabla N° 32.*****Datos sobre la empatía y satisfacción de los pobladores***

Empatía	Satisfacción de los pobladores				Total
	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0	2	0	0	2
En desacuerdo	1	3	20	0	24
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	20	158	3	181
De acuerdo	0	2	99	42	143
Totalmente de acuerdo	0	0	6	28	34
Total	1	27	283	73	384

Fuente: Elaboración Propia.

A partir de dicha tabla hemos aplicado la prueba Chi cuadrado para probar la hipótesis específica 2.

La tabla siguiente presenta los resultados del SPSS sobre la prueba de hipótesis sobre la relación entre la empatía y la satisfacción de los pobladores.

**Tabla N° 33.*****Pruebas Chi - cuadrado sobre empatía y satisfacción de los pobladores***

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	188,249	12	8.611E-34
Razón de verosimilitudes	164.117	12	7.601E-29
Asociación lineal por lineal	122.121	1	2.172E-28
N de casos válidos	384		

Fuente: Elaboración Propia.

Para un nivel de significación  $\alpha = 0.05$ , resulta que:

$$\text{Significación asintótica} = 8.611\text{E-}34 < \text{nivel de significación} = 0.05$$

Con lo que se prueba que hay una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los pobladores, por lo tanto, se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

### 5.2.3. Prueba de la Hipótesis Específica 3

Las hipótesis a testear son las siguientes:

$H_0$ : No existe una relación significativa entre la competencia y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

$H_1$ : Existe una relación significativa entre la competencia y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

El criterio para la prueba es el siguiente:

Si la significación asintótica < nivel de significación, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Alternativamente, se puede considerar lo siguiente:

Si  $\chi^2_{\text{calculado}} > \chi^2_{\text{tabulado}}$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

En la tabla siguiente presentamos los datos sobre la competencia y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín.

**Tabla N° 34.**

***Datos sobre la competencia y la satisfacción de los pobladores***

Competencia	Satisfacción de los pobladores				Total
	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	1
En desacuerdo	0	4	13	0	17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	19	99	5	124
De acuerdo	0	3	159	29	191
Totalmente de acuerdo	0	1	11	39	51
Total	1	27	283	73	384

Fuente: Elaboración Propia.

A partir de dicha tabla hemos aplicado la prueba Chi cuadrado para probar la hipótesis específica 3.

La tabla siguiente presenta los resultados del SPSS sobre la prueba de hipótesis sobre la relación entre la competencia y la satisfacción de los pobladores.

**Tabla N° 35.**

***Pruebas Chi cuadrado sobre competencia y satisfacción de los pobladores***

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	160,853	12	3.520E-28
Razón de verosimilitudes	139.128	12	8.981E-24
Asociación lineal por lineal	97.698	1	4.874E-23
N de casos válidos	384		

Fuente: Elaboración Propia.

Para un nivel de significación  $\alpha = 0.05$ , resulta que:

$$\text{Significación asintótica} = 3.520\text{E-}28 < \text{nivel de significación} = 0.05$$

Con lo que se prueba que hay una relación significativa entre la competencia y la satisfacción de los pobladores, por lo tanto, se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

#### **5.2.4. Prueba de la Hipótesis General**

Las hipótesis a testear son las siguientes:

$H_0$ : No existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

$H_1$ : Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín 2018.

El criterio para la prueba es el siguiente:

Si la significación asintótica  $<$  nivel de significación, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Alternativamente, se puede considerar lo siguiente:

Si  $\chi^2_{\text{calculado}} > \chi^2_{\text{tabulado}}$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

En la tabla siguiente presentamos los datos sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores en la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín.

**Tabla N° 36.**

***Datos sobre la calidad de servicio y la satisfacción de los pobladores***

Calidad del servicio	Satisfacción de los pobladores				Total
	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
En desacuerdo	0	1	0	0	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	19	93	2	115
De acuerdo	0	6	171	19	196
Totalmente de acuerdo	0	1	19	52	72
Total	1	27	283	73	384

Fuente: Elaboración Propia.

A partir de dicha tabla hemos aplicado la prueba Chi cuadrado para probar la hipótesis general.

La tabla siguiente presenta los resultados del SPSS sobre la prueba de hipótesis sobre la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores.

**Tabla N° 37.**

***Pruebas Chi – cuadrado sobre calidad del servicio y satisfacción de los pobladores***

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	199,727	12	3.780E-38
Razón de verosimilitudes	166.575	12	3.189E-31
Asociación lineal por lineal	124.055	1	8.194E-29
N de casos válidos	384		

Fuente: Elaboración Propia.

Para un nivel de significación  $\alpha = 0.05$ , resulta que:

$$\text{Significación asintótica} = 3.780\text{E-}38 < \text{nivel de significación} = 0.05$$

Con lo que se prueba que hay una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores, por lo tanto, se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

### 5.3. Discusión de resultados

En el trabajo de investigación de Riqueros (2017) menciona que existe relación significativa directa entre los elementos tangibles de la variable calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas, enero-abril 2017.

En nuestro trabajo de acuerdo con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que también existe relación significativa entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018, lo que indica que si los elementos tangibles están en óptimas condiciones la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín se incrementará.

En el trabajo de investigación de Riqueros (2017), menciona que existe relación significativa directa entre la empatía de la variable calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas, enero-abril 2017.

De acuerdo con los resultados de nuestra investigación, ha quedado demostrado que también existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, lo que quiere decir que a mayor grado de empatía existente entre los trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Martín se tendrán mejores resultados de satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín.

Inca (2015) en su trabajo de investigación menciona que existe relación significativa entre las competencias personales y la satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015.

De acuerdo con los resultados de nuestra investigación, quedó demostrado que existe una relación significativa entre las competencias y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín lo que nos a entender que a mayor capacidad de la realización de sus labores de los trabajadores de la municipalidad existirá una mayor satisfacción los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín.

Riqueros (2017) menciona que existe relación significativa directa y buena entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas.

Inca (2015) afirma que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015.

En los resultados de nuestra investigación demostramos que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín.

Como podemos observar en varias investigaciones antes mencionadas coinciden con nuestra investigación de la relación que existe entre calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, lo que significa que a mejor calidad de servicio brindado serán mejor los resultados de satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín.

## **CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES**

1. Como primera conclusión, se determinó que existe una relación significativa que existe entre la tangibilidad y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.
2. Como segunda conclusión, se determinó que existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.
3. Como tercera conclusión, se determinó que existe una relación significativa entre las competencias y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.
4. Como cuarta conclusión, se determinó que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pobladores de la Municipalidad Provincial de San Martín, Región San Martín, 2018.

## **CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES**

1. Implementar programas de mejoramiento en los procesos administrativos, a fin de disminuir la insatisfacción de los usuarios con relación a los servicios públicos a través de talleres de trámite documentario y capital humano para fortalecer los conocimientos en la organización municipal.
2. Contratar una persona para orientación a los pobladores que hacen uso de los servicios municipales y de esta manera brindar atención ordenada y preferencial, respetando ancianos y mujeres gestantes.
3. Someter a concursos las plazas de trabajo de todas las áreas con la finalidad de escoger personal especializado para cada puesto de trabajo.
4. Realizar de capacitación al personal para mejorar la calidad del servicio mediante el perfeccionamiento en la atención a los pobladores de la provincia de San Martín con el objetivo de proporcionarles los conocimientos exactos y necesarios para cumplir de forma eficiente sus funciones y lograr la satisfacción de los pobladores.



## CAPÍTULO VIII. BIBLIOGRAFÍA

1. Atao, M. (2015). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la subgerencia de desarrollo económico y social, de la Municipalidad Distrital de San Jerónimo – 2015. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional José María Arguedas). Andahuaylas, Perú. Recuperado de: [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/255/Michael\\_Atao\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/255/Michael_Atao_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
2. Cabanillas, L. (2014). Propuesta de un plan de calidad de servicio al cliente (usuario), para mejorar la imagen de la Municipalidad Distrital de Sorochuco, en el periodo 2013- 2014. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca). Cajamarca, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/726/T%20658%20C112%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
3. Calero, J. (2016). Gestión Administrativa y Calidad de los Servicios en la Municipalidad Provincial de Huaral en el año 2015. (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote). Huacho, Perú. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/357828395/Calidad-Uladech>
4. Chang, J. (2014). Atención al Cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos. (Tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar). Quetzaltenango, Guatemala. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesis/eortiz/2017/01/01/Velasco-Andrea.pdf>
5. Concytec (2008). Conceptos básicos de ciencia, tecnología e innovación. Recuperado de <http://www.conicyt.cl/wp>
6. Cotrina, D; Ponte, J y López, Z. (2017). Clima organizacional y la satisfacción del cliente bancario de las entidades del Scotiabank y Banco de Crédito del Perú del cercado de Lima. (Título de Licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega). Lima, Perú. Recuperado de [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2321/TESIS\\_%20LOPEZ%20R.%2c%20PONTE%20V.%20Y%20COTRINA%20R.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2321/TESIS_%20LOPEZ%20R.%2c%20PONTE%20V.%20Y%20COTRINA%20R.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

7. Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar* Vol. 15, N° 25- Bogotá, Colombia Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
8. García, J. (2004). El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/2011b/jmgl.pdf>
9. Gema, M (2006). Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo. Editorial Paraninfo. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=3JzgDAAAQBAJ&pg=PA123&lpg=PA123&dq=Philip+kotler+>
10. Guinart, J (2003). Indicadores de gestión para las entidades públicas. VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Panamá. Recuperado de: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0047601>
11. Hernández, J. y Pérez, B. (2013). Gestión de los Servicios Públicos Municipales: Un Análisis de la Percepción Ciudadana. Recuperado de [http://spentamexico.org/v8-n3/A1.8\(3\)1-18.pdf](http://spentamexico.org/v8-n3/A1.8(3)1-18.pdf)
12. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. (6ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
13. Inca, M. (2015). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José María Arguedas). Andahuaylas, Perú. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/ilichdiaz771/1-calidad-de-servicio-y-satisfacion-de-los-usuarios>
14. López, R. (2005). La calidad total en la empresa moderna perspectivas. Vol. 8, núm. 2. Universidad Católica Boliviana San Pablo. Cochabamba, Bolivia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942412006.pdf>
15. Lovelock, C. y Wirtz, J. (2015). Marketing de Servicios. Personal, tecnología y estrategia. 7 ed. México: Pearson Educación.
16. Meléndez, J. y Oribe, K. (2014) Calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de la empresa del rubro restaurantes-pollería del distrito de Tarapoto Año 2014. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín). Tarapoto, Perú.

Recuperado de:

<http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/1511/ITEM%4011458-666.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

17. Reyes, S, Mayo, J y Loredo, N (2009). La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano. Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 113, 2009. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>
18. Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/diccionario-de-la-lengua-espanola/la-23a-edicion-2014>
19. Riqueros, J (2017) Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Provincial de Huaylas. Enero - abril 2017. (Tesis de pos grado, Universidad Cesar Vallejo), Huaylas, Perú. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12026/riqueros\\_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12026/riqueros_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
20. Rojas, D. (2003). Teorías de la Calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/>
21. Rojas, J. (2015). Un modelo de satisfacción de usuarios como herramienta de a la gestión de una municipalidad: Análisis de los servicios entregados en edificio consistorial y departamento de desarrollo social de la municipalidad De Lo Prado. (Tesis de maestría, Universidad de Chile). Santiago de Chile, Chile. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/137581/Un-modelo-de-satisfaccion-de-usuarios-como-herramienta-de-apoyo-a-la-gestion-de-una-Municipalidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## CAPÍTULO IX. ANEXOS

Anexo 1. Calidad del servicio											
Estimado señor (a) (Srta.):											
Estamos realizando un estudio respecto....., es por ello que se ha elaborado este cuestionario para saber su opinión.											
La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL esto garantiza que nadie puede identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.											
DATOS GENERALES											
Edad _____ Sexo F ( ) M ( ) Ocupación _____											
Todas las preguntas tienen una respuesta, deberá elegir SOLO UNA, marque con un aspa (X)											
Leyenda:		5 Totalmente de acuerdo 4 De acuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo									
		2 En desacuerdo 1 Totalmente en desacuerdo									
DIMENSION 1: TANGIBILIDAD											
Nº	Indicador 1: Instalaciones					1	2	3	4	5	
1	Las instalaciones de la Municipalidad son agradables y atractivas										
2	Los servicios higiénicos son suficientes y están aceptablemente limpios.										
3	La sala de espera es cómoda y tiene servicios de TV										
Nº	Indicador 2: Mobiliario					1	2	3	4	5	
4	La Municipalidad cuenta con un equipamiento mobiliario moderno										
5	El mobiliario de la municipalidad es cómodo										
6	El mobiliario municipal no es acorde a la infraestructura										
Nº	Indicador 3: Tecnología					1	2	3	4	5	
7	Los materiales municipales subidos en red son visualmente atractivos										
8	La información municipal en redes es fácil de ubicar										
9	El sistema informático municipal se encuentra al día										
DIMENSION 2: EMPATÍA											
Nº	Indicador 1: Respeto					1	2	3	4	5	
10	En la Municipalidad hay un recepcionista de orientación al público.										
11	Los trabajadores actúan respetando a las mujeres y ancianos										
12	Los trabajadores de la municipalidad comprenden cuáles son mis necesidades.										
Nº	Indicador 2: Cortesía					1	2	3	4	5	
13	Los trabajadores municipales recogen de forma adecuada mis quejas y sugerencias.										
14	Los trabajadores muestran paciencia ante las explicaciones del poblador.										
15	Los trabajadores no se impacientan con los ancianos.										
Nº	Indicador 3: Trato agradable					1	2	3	4	5	
16	Los trabajadores del municipio se muestran dispuestos a ayudarme y su trato es considerado y amable.										
17	El personal del municipio me ha dado un trato personalizado										
18	El trato brindado facilita la comunicación										
DIMENSION: COMPETENCIAS											
Nº	Indicador 1: Conocimiento de su labor					1	2	3	4	5	
19	Los trabajadores municipales están totalmente calificados para las tareas que realizan.										
20	El trabajador me informa con precisión del proceso de mi pedido.										
21	El trabajador tiene el conocimiento necesario para desempeñar su labor										
Nº	Indicador 2: Experiencia en sus labores					1	2	3	4	5	
22	El personal informa debidamente de los trámites a efectuar en forma rápida.										
23	El trabajador conoce las normas municipales y orienta con base										
24	El trabajador no requiere apoyo constante de sus superiores										
Nº	Indicador 3: Vocación de servicio					1	2	3	4	5	
25	Los trabajadores no están demasiado ocupados para atender mis peticiones.										
26	Los trabajadores se encuentran disponibles para atenderme										
27	Los trabajadores se preocupan porque me sienta satisfecho										

Anexo 2. SATISFACCIÓN DE LOS POBLADORES											
Estimado señor (a) (Srta.):											
Estamos realizando un estudio respecto....., es por ello que se ha elaborado este cuestionario para saber su opinión.											
La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL esto garantiza que nadie puede identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.											
DATOS GENERALES											
Edad _____ Sexo F ( ) M ( ) Ocupación _____											
Todas las preguntas tienen una respuesta, deberá elegir SOLO UNA, marque con un aspa (X)											
Leyenda:		5 Totalmente de acuerdo 4 De acuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo									
		2 En desacuerdo 1 Totalmente en desacuerdo									
DIMENSION 1: EXCELENCIA											
Nº	Indicador 1: Comprensible					1	2	3	4	5	
28	Los trabajadores de la municipalidad me informan de manera clara y comprensible										
29	El tiempo entre obtener el ticket de atención y la espera hasta ser atendido es aceptable?										
30	Los trabajadores hacen comprender que el retraso de atención beneficia mi reclamo.										
Nº	Indicador 2: Espacial, Temporal y materialmente posible					1	2	3	4	5	
31	El centro de atención municipal está a una distancia aceptable de su domicilio										
32	El centro de atención se encuentra en una zona de fácil acceso vía transporte público										
33	Cuando el personal municipal promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple										
Nº	Indicador 3: Brinda soluciones					1	2	3	4	5	
34	El trabajador sugiere alternativas para el logro de mis expectativas										
35	El trabajador soluciona reclamos rutinarios										
36	El trabajador muestra preocupación en recabar resultados a corto tiempo										
DIMENSION 2: FIABILIDAD											
Nº	Indicador 1: Ayuda para resolver de inmediato problemas					1	2	3	4	5	
37	El trabajador se preocupa que no se incrementen desorbitadamente los expedientes										
38	El trabajador se preocupa que el poblador no espere innecesariamente la resolución de su problema										
39	El trabajador se preocupa que el poblador acepte las resoluciones a su caso										
Nº	Indicador 2: Personal inspira confianza					1	2	3	4	5	
40	El comportamiento de los trabajadores municipales me inspira confianza.										
41	El personal se interesa genuinamente por solucionar mis problemas										
42	El personal se comporta honestamente y respeta procedimientos										
Nº	Indicador 3: Respeto derechos					1	2	3	4	5	
43	Los trabajadores muestran respeto a madres y ancianos en la atención										
44	Los trabajadores tienen en cuenta el derecho a la información debida										
45	Los trabajadores tienen en cuenta la dignidad del poblador peticionante										
DIMENSION 3: SEGURIDAD											
Nº	Indicador 1: Atención ordenada					1	2	3	4	5	
46	El trabajador se preocupa en mantener orden										
47	El trabajador muestra seguridad en las indicaciones derivando a las áreas correspondientes										
48	El trabajador no otorga preferencias de ubicación										
Nº	Indicador 2: Atención sin error					1	2	3	4	5	
49	Los trabajadores se preocupan en capacitarse para cumplir su función sin errores										
50	Los trabajadores atienden de forma correcta										
51	Los trabajadores fundamentan sus decisiones de modo claro y preciso										
Nº	Indicador 3: Mecanismo de reclamo					1	2	3	4	5	
52	Existen procedimientos claros para presentar un reclamo.										
53	El tiempo de atención a un reclamo es aceptable										
54	Los principales motivos de quejas son subsanables										

